REDACTOR: AUREL DICU

COPERTA DE ARH. CONST. GHEORGHIU ENESCU

SEPTIMIU CHELCEA

Chestionarul în investigaţia sociologică

ANDRIEŞ C. LUCIAN
Nr 2698
Biblioteca Personală

EDITURA ŞTIINŢIFICĂ ŞI ENCICLOPEDICĂ
BUCUREŞTI, 1975

în primul rînd, sub raportul metodelor și tehnicilor utilizate, avînd drept scop demonstrarea faptului că, în cercetarea sociologică de teren, chestionarul nu este decît una dintre multiplele tehnici la care apelează sociologii. Prezentarea tehnicilor observației directe și a observației indirecte (studiul documentelor) are puternice rațiuni metodologice: utilizat singular chestionarul își pierde valoarea sa de cunoaștere. Tehnicile statistice de prelucrare a datelor primare indispensabile oricărei cercetări empirice sînt prezentate, apelîndu-se la exemplificare și nu la justificarea lor matematică, apreciind, ca și alți sociologi, că, așa cum conducerea unui automobil nu presupune în mod necesar cunoașterea teoriei motoarelor cu explozie, aplicarea formulelor de calcul poate și trebuie să fie făcută corect chiar și de persoanele care nu au o pregătire matematică aprofundată.

Dacă lectura lucrării va prilejui cititorului un moment de reflexie responsabilă asupra exigențelor investigației sociologice, autorul va considera că și-a atins scopul, convins fiind că valoarea concluziilor și, prin aceasta, utilitatea cercetărilor sociologice de teren depind de rigurozitatea metodelor și rafinamentul tehnicilor, de metodologia adoptată.

București, 4 octombrie 1974

Dr. SEPTIMIU I. CHELCEA

12—26

CAPITOLUL I
INVESTIGAREA FENOMENELOR SOCIALE
(Scurt istoric)

Prin interesul manifestat pentru investigarea directă a faptelor și realităților sociale, prima revoluție industrială marchează o cotitură, nu numai în istoria omenirii, dar și în cunoașterea de sine a ei. Acum sînt publicate primele anchete cu caracter sociologic*: Daniel de Foe, *Journal sur l'année de la peste* (1722) și Frederick Morton Eden — *The State of the Poor in the History of the Labouring Classes in England* (1797). În această perioadă, prin activitatea lui William Petty (1623—1687) și mai apoi a belgianului Adolphe Quételet (1796—1874), statistica se va integra organic investigației fenomenelor sociale. W. Petty, în lucrarea *Political Arithmetic*, publicată în 1690, după moartea sa, încearcă să descopere regularitățile fenomenelor sociale, folosind pentru prima dată noțiunea de „mărime medie".

A. Quételet, poet, critic literar, autor dramatic, matematician cu importante contribuții în geometria analitică, calculul probabilităților și statistică, stabilește că distribuția înălțimii și a greutății oamenilor se prezintă sub forma unei curbe normale. Relațiile constante cu privire la valorile medii ale caracteristicilor fizice și morale ale

* Termenul de *sociologie* nu fusese încă „inventat". Auguste Comte, în 1839, în cea de-a 47-a lecție din al său *Cours de philosophie positive*, creează termenul de „sociologie" prin alăturarea forțată a unei rădăcini din limba latină („socius") cu una din limba greacă („logos"). A. Comte intenționase să denumească noua știință nu *sociologie*, ci *fizică socială*. Publicarea însă, în 1835, de către A. Quételet, a unei lucrări cu titlul *Essai de physique sociale*, îl determină pe A. Comte să procedeze la o „invenție lingvistică" spre a marca incompatibilitatea cu astronomul și sociologul belgian. Independent de A. Comte în Anglia, Herbert Spencer folosește același termen de *sociologie* pentru a desemna noua știință.

oamenilor, rata de nupțialitate și de mortalitate ș.a.m.d. sînt încadrate de A. Quételet în noțiunea de „lege". În ceea ce privește *metoda*, A. Quételet considera că faptele sociale trebuie abordate cu ajutorul metodelor probate de alte științe. De aici și denumirea de „fizică socială", pe care o propune, stîrnind reacția violentă a lui A. Comte. (Vezi *Physique sociale: Ou, essai sur le développement de l'homme et de ses facultés*, 1869 — reeditare a lucrării *Essai de physique sociale*, publicată în 1835).

Secolul al XIX-lea delimitează terminologic un nou domeniu al științei: Auguste Comte (1798—1857) creează termenul de sociologie și, alături de Claude-Henri de Saint-Simon (1760—1825), este considerat întemeietorul sociologiei, Charles de Montesquieu (1689—1755) fiind unul din cei mai de seamă precursori ai ei. Apariția sociologiei reprezintă „unul din momentele în care se exprimă procesul de conștiință a problemelor sociale, unul din momentele în care societatea a exprimat, într-o formă conștientă, problemele obiective existente înlăuntrul său"[1]. Încercările de psihologizare a sociologiei eșuează. Gabriel Tarde (1843—1904), care credea că progresul sociologiei constă în continua ei psihologizare, n-a reușit decît să atragă atenția asupra fenomenelor de interpsihologie. Depășindu-se viziunea de pînă atunci asupra fenomenelor sociale, ca fiind bazate pe impulsurile individuale, sociologia științifică își găsește cu adevărat rădăcinile teoretice și metodologice în lucrările lui K. Marx (1818—1883) și ale lui F. Engels (1820—1895).

Așa cum apreciază V. I. Lenin în lucrarea *Ce sînt prietenii poporului*, „Marx a pus capăt concepției după care societatea ar fi un agregat mecanic de indivizi, care permite orice schimbări dictate de voința stăpînirii (sau, ceea ce este același lucru, de voința societății și a cîrmuirii), și care ar apărea și s-ar transforma în mod întîmplător, și a așezat pentru prima oară sociologia pe o bază științifică, stabilind noțiunea de formațiune social-economică ca totalitate a relațiilor respective de producție și

[1] MIRON CONSTANTINESCU, *Retrospectivă și perspectivă sociologică*, în „Viitorul social", nr. 3, 1973, p. 525.

BIBLIOTECA DE ȘTIINȚE SOCIALE
Dc. 22.137

arătînd că dezvoltarea acestor formațiuni este un proces istoric natural"[2].

În acest sens, Miron Constantinescu sublinia faptul că „în cercetarea sociologică științifică, ideea formațiunilor economice este esențială pentru a putea face distincție între epocile istorice, pentru a putea înțelege desfășurarea concretă a istoriei", marxismul realizînd „o completă răsturnare, o înnoire în sociologie, introducînd concepția materialistă, primordialitatea materiei, a existenței sociale, a forțelor și modului de producție asupra structurii și conștiinței sociale, a producției materiale a bunurilor necesare traiului care este determinantă pentru întreaga societate pe o anumită treaptă de dezvoltare"[3]. Marx a dat o rezolvare deplină problemei ontologice a societății: „În producția socială a vieții lor, oamenii intră în relații determinate, necesare, independente de voința lor — relații de producție — care corespund unei trepte de dezvoltare determinate a forțelor de producție materiale. Totalitatea acestor relații de producție constituie structura economică a societății, baza reală pe care se înalță o suprastructură juridică și politică și căreia îi corespund forme determinate ale conștiinței sociale. Modul de producție a vieții materiale determină în genere procesul vieții sociale, politice și spirituale. Nu conștiința oamenilor le determină existența, ci, dimpotrivă, existența lor socială le determină conștiința"[4]. De asemenea, K. Marx a fundamentat metodologia sociologiei științifice, pentru că din natura esenței realității descrise de sociologie rezultă modalitățile generale de studiere a ei. Atîta timp cît se susținea — în ordine ontologică — că esența societății o formează trăirile oamenilor aflați în interacțiune, în ordine metodologică se postula primatul metodelor psihologice aplicate indivizilor umani izolați. Metodologia marxistă, pornind de la caracterul material al relațiilor de producție, permite surprinderea tuturor manifestărilor sociale concrete. Referindu-se la „Capitalul".

[2] V. I. LENIN, *Opere complete*, vol. 1, Ed. politică, București, 1960, p. 138.

[3] MIRON CONSTANTINESCU, *Introducere în sociologie*, Note de curs, Centrul de multiplicare al Universității din București, 1972, p. 19.

[4] K. MARX, *Contribuții la critica economiei politice*, în K. MARX-F. ENGELS, *Opere alese*, vol. I, ed. 3, Ed. politică, București, 1966, pp. 313—316.

V. I. Lenin sublinia faptul că Marx „nu s-a limitat numai la «teoria economică» în accepțiunea obișnuită, că, explicînd structura și dezvoltarea acestei formațiuni sociale exclusiv prin relațiile de producție, el a urmărit totuși pretutindeni și în permanență suprastructurile corespunzătoare acestor relații de producție, dînd trup și sînge acestui schelet“[5].

Este de semnalat și interesul clasicilor marxismului față de cercetarea sociologică concretă. În Anglia, înregistrarea bugetului populației sărace ca armă politică în activitatea parlamentară duce la perfecționarea tehnicii investigației sociologice. Astfel, David Davies (în *The Case of Laboures in Husbandry*, 1795) utilizează chestionarul; Arthur Yong ca și Frederick Morton Eden observația directă. Pornind de la anchetele realizate de către Antoine Eugène Buret în 1840 *(De la Misère des classes laborieuses)* și Louis René Villermé *(Tableau de l'État physique des Ouvriers dans les Manufactures,* 1840), F. Engels scrie, în 1848, *Situația clasei muncitoare din Anglia* — un adevărat model de prelucrare a datelor sociologice în raport cu o unică problemă: *lupta de clasă*. Atrage atenția extraordinara bogăție a izvoarelor documentare utilizate de către F. Engels: studiul documentelor istorice, datele statistice privitoare la dezvoltarea industriei în Anglia, evoluția tehnică, evoluția prețurilor, ca și schimbările înregistrate în nivelul de trai al muncitorilor englezi. De asemenea, sursele de recoltare a informațiilor sînt cît se poate de diverse: studiul documentelor oficiale realizate de către parlamentari sau comisii speciale, rapoartele inspectorilor sau medicilor ș.a.m.d. În afara acestora, F. Engels folosește știrile apărute în ziarele vremii, diferitele scrisori de la muncitori, observația directă. Toată această bogăție de informații a servit ca bază pentru teoretizarea luptei de clasă.

Ceva mai tîrziu, în Franța, K. Marx lansează un chestionar[6] printre muncitorii de toate categoriile. Prin intermediul „Revistei socialiste“ din 20 aprilie 1880 au fost difuzate 25 000 de chestionare, fiecare chestionar cuprinzînd un număr de 100 de întrebări. Ancheta realizată de către K. Marx, în afara valorii științifice, a contribuit într-o măsură considerabilă la activizarea politică a proletariatului. Scopul anchetei este arătat explicit chiar în preambulul chestionarului: a determina guvernul la o nouă legislație a muncii. Într-un limbaj violent, puternic afectogen se urmărește motivarea răspunsurilor muncitorilor, pentru că „numai ei pot, în deplină cunoștință de cauză, să descrie suferințele pe care le îndură“. În cuprinsul chestionarului sînt frecvente revenirile, stigmatizările: muncitorii deveniți „victime ale negustorilor“, „slugi supuse ale patronilor“, „schilodiți“ în urma accidentelor de muncă. Prin chestionarul lansat, Marx afirmă crezul său politic: nu patronul îl creditează pe muncitor, ci muncitorul pe patron și clasa muncitoare este „clasa căreia îi aparține viitorul“.

Din punct de vedere metodologic, trebuie amintită contribuția lui Frédéric Le Play (1806—1882), care publică cunoscutele monografii despre familiile muncitorești *(Les Ouvriers européens,* 1855). Inginer de mine, profesor de metalurgie, șef al comisiei oficiale de statistică minieră, Frédéric Le Play viza reforma socială. Sub impresia revoluției de la 1848, publică *La Réforme sociale en France* (1864). Monografiile și bugetele de familie pe care le realizează prin înregistrarea directă a faptelor, cuprinzătoare sociografii, redau viața în lumina unei anumite ideologii. Școala lui Le Play și, mai tîrziu, curentul monografic vor ridica principiul observării faptelor în afara oricărei teorii la rang de dogmă. O astfel de observare și înregistrare nu este însă posibilă. Le Play însuși militează activ pentru reformă. Influențat de Comuna din Paris (1871), el fondează un periodic: „La Réforme sociale“. În 1877, publică ediția a doua, în șase volume, a monografiilor asupra muncitorilor europeni. În primul dintre aceste volume este înfățișată pe larg metoda utilizată. Fiecare monografie începe printr-o descriere a ținutului, a cadrului geografic, a organizării industriale și a familiei. Sînt înfățișate apoi mijloacele și modul de existență a familiei, după care este prezentată istoria respectivei familii. Aceste date servesc la interpretarea bugetului familiei, care reprezintă partea centrală a monografiilor. Scopul monografiilor, după cum declară Le Play însuși, era acela de a pune la dispoziția „patronaj“-ului,

[5] V. I. LENIN, *Ce sînt prietenii poporului și cum luptă ei împotriva social democraților*, în V. I. LENIN, *Opere complete*, vol. I, ed. 2, Ed. politică, București, 1960, pp. 125—183.

[6] K. MARX, *Chestionar pentru muncitori*, în *Opere*, vol. XIX, Editura politică, București, 1964, p. 238.

„optim" a grupului de care depinde binele societății, date comparative care să permită luarea de măsuri în favoarea reformei.

Secolul al XIX-lea este marcat de o reacție împotriva individualismului de orice nuanță, reacție puternic manifestată în primul rînd în psihologie. În sociologie, începînd cu a doua jumătate a secolului al XIX-lea, datorită lui Émile Durkheim (1857—1917), se afirmă teza că relațiile interpersonale duc la constituirea conștiinței colective, care nu este o sumă a conștiințelor individuale, putîndu-se, din punct de vedere sociologic, separa fenomenele conștiinței colective — ca orice fapt social — de manifestările lor individuale. Mai mult chiar, se postulează sociologia ca principiu explicativ al psihologiei. Profesor la Universitatea din Bordeaux (1888), fondator al revistei „L'Année sociologique" (1898) și, din 1902, profesor la Sorbona, É. Durkheim leagă sociologia de științele particulare: etnografie, drept, demografie, economie politică etc. Lucrările sale: *De la Division du travail social* (1893), *Les Règles de la méthode sociologique* (1895), *Le Suicide* (1897) etc. au influențat gîndirea și investigația sociologică europeană și mondială.

Gustave Le Bon (1841—1931) analizează formele conștiinței colective. Cartea sa, *La Psychologie des foules* (1895), deși din punctul de vedere al rigorii științifice nu prezenta nici un interes deosebit, a făcut epocă. Spiritul colectiv (sentimentele, ideile, raționamentele, religiozitatea) dobîndește note distincte după cum este vorba de o mulțime constituită — conform clasificării lui G. Le Bon — în: juriu, mulțime electorală sau parlamentară etc.

În Germania, primele lucrări de sociologie sînt: *Grundriß der Soziologie,* publicată în 1883 de către Ludwig Gumplowicz (1838—1909), și *Gemeinschaft und Gesellschaft* (1887) a lui Ferdinand Tönnies. Prin activitatea lui Ferdinand Tönnies (1855—1936) și a lui Max Weber (1864—1920), sociologia teoretică se împletește cu investigarea concretă a fenomenelor sociale. F. Tönnies face distincție între comunitate („Gemeinschaft") și societate („Gesellschaft"). Caracterizînd, în celebra sa lucrare, *Gemeinschaft und Gesellschaft,* comunitatea ca pe un „organism viu", care permite o „conviețuire durabilă și autentică", F. Tönnies poate fi considerat ca un precursor al studierii grupelor primare. La rîndul său, Max Weber

s-a preocupat de cercetarea sociologică concretă. Cînd, în 1890, „Verein für Sozialpolitik" lansează un chestionar privind condițiile de muncă în agricultură, Max Weber redactează pe 890 de pagini — între care 120 de pagini de tabele statistice — raportul privitor la Prusia Orientală. În 1893 participă la o altă anchetă pe aceeași temă, contribuind substanțial la perfecționarea chestionarului și la stabilirea tehnicii de alegere a informatorilor. În afara anchetelor în mediul rural, Max Weber participă la investigații în mediul industrial (1907), vizînd selecția și adaptarea muncitorilor, iar în 1908 ia parte la o anchetă privind atitudinile muncitorilor. În 1909 publică un articol de sinteză, *Metodologia anchetelor socio-psihologice și analiza lor,* în care pledează pentru abordarea cantitativă a datelor calitative în construcția tipologică.

În Anglia, la sfîrșitul secolului al XIX-lea este continuată tradiția anchetelor sociale. Charles Booth (1840—1916) realizează monumentala anchetă asupra paupertății, *The Life and Labour of the People in London,* publicată în 17 volume între 1889 și 1902. Metodologic, este de reținut faptul că Ch. Booth introduce în cercetarea socială „interviul global" considerînd că „fiecare fapt... era cunoscut de cineva și că informațiile trebuiau numai recoltate și aranjate". În aceeași perioadă, Victor Branford (1864—1930), împreună cu școala sociologică de la Edinburgh, întreprinde anchete de teren după modelul școlii lui Le Play. În 1889, Seebohm Rowentree, folosind chestionarea directă a familiilor muncitorești, începe o anchetă asemănătoare cu cea a lui Ch. Booth; o reia în 1936 și în 1951, obținînd un material comparativ de o excepțională importanță științifică și practică. Arthur L. Bowley, prin cercetările sale începute în 1912, aduce studierii fenomenelor sociale o contribuție metodologică esențială: utilizarea eșantionului. După mai bine de un deceniu, cercetarea este reluată cu o metodă de eșantionare îmbunătățită.

Odată cu stingerea școlii lui É. Durkheim (Charles Blondel, Maurice Halbwachs), preocuparea pentru cercetarea concretă a faptelor sociale se mută din Europa pe noul continent, în S.U.A. care, în preajma celui de-al doilea război mondial, devine locul de întîlnire al celor mai diverse direcții și orientări în investigarea realității sociale.

În S.U.A. este continuată direcţia cercetărilor de psihosociologie iniţiată de către Gabriel Tarde, Gustave Le Bon şi Émile Durkheim.

Pentru prima oară, termenul de *psihologie socială* este întîlnit, ca subtitlu, într-o lucrare a lui James M. Baldwin, *Social and Ethical Interpretations in Mental Developement. A Study in Social Psychology* (London, New York, 1897). Primele prelegeri de psihologie socială sînt ţinute la Universitatea *Stanford,* în 1899, de către Edward A. Ross, care, în 1908, publică primul tratat cu titlul de psihologie socială: *Social Psychology. An Outline and Source Book* (New York, 1908).

Numărul tratatelor de psihologie socială apărute pînă în prezent în S.U.A. depăşeşte cifra de 50 şi la acestea — aşa cum remarca Hans Anger — se mai adaugă încă 2—3 în fiecare an. În opoziţie cu direcţia hormistă, iniţiată în psihologia socială de către W. McDougall, care publică în acelaşi an cu E. A. Ross o introducere în psihologia socială, *An Introduction to Social Psychology* (London, 1908), psihologia socială americană se axează pe studiul grupurilor mici ca fenomen specific al interacţiunii umane. Între autorii mai vechi, Charles H. Cooley, în lucrarea des citată, *Human Nature and the Social Order* (New York, 1902), exprimîndu-şi concepţia asupra psihologiei sociale, afirmă că „individul şi societatea constituie tema acestei cărţi", individul nu poate fi privit în antiteză cu societatea.

Charles H. Cooley, în cel de-al III-lea capitol al lucrării amintite, introduce în literatura de specialitate termenul de *grup primar,* semnalînd „însemnătatea lui fundamentală pentru formarea socială a personalităţii", grupul primar fiind, conform expresiei lui Ch. H. Cooley, „solul propriu al naturii umane". Caracterizate prin frecvenţa şi intimitatea raporturilor inter-umane, grupurile primare — familia, cetele de joacă ale copiilor, vecinătatea — constituie mijloacele şi mediile de socializare a individului, calea specifică de transmitere a tuturor influenţelor socio-culturale.

În cercetarea fenomenelor sociale în S.U.A., au fost folosite de timpuriu cele mai variate izvoare de informaţii: date statistice, interviuri pe eşantioane reprezentative, chestionare, observaţii directe şi participaţionale, documente oficiale şi personale etc. De la început, cercetă-

rile sociologice nord-americane au avut un scop „pedagogic-caritativ" (Heintz Maus), îndreptîndu-şi atenţia către probleme ca: sănătatea, locuinţa şi educaţia în diferitele comunităţi, relaţiile de muncă, timpul liber şi salarizarea, delincvenţa juvenilă ş.a.m.d. În acelaşi timp, o preocupare majoră a fost aceea a perfecţionării metodelor de cercetare concretă. Începînd cu Paul V. Kellog: *Pittsburgh Survey* (1909—1914), se poate spune că sociologii americani, prin studiile lor, au urmărit concomitent îmbunătăţirea situaţiei sociale, dar şi a tehnicii de cercetare. În 1917 apare prima introducere în metodele de analiză socială concretă: lucrarea lui M. C. Elmer, *Techniques of Social Survey.* Cercetările sociologice sînt tot mai numeroase. Oraşul Chicago devine cel mai mare cîmp de cercetare sau, după afirmaţia lui Robert E. Park, „un uriaş laborator sociologic". R. E. Park, împreună cu E. Burgess, publică lucrarea *The City* (1925). Studiindu-se „ecologia urbană", se descoperă că societatea urbană nu are o cultură unitară, că existenţa diferitelor subculturi nu împiedică mobilitatea socială, că oraşele mari se caracterizează printr-o rată mare a criminalităţii, alcoolism, toxicomanie, prostituţie, homosexualitate. Studiul oraşului va prilejui şi primul „best-seller sociologic": *Middletown* (New York, 1929) şi *Middletown in Transition* (New York, 1937), de Robert S. Lynd şi Hellen Merrel Lynd. Viaţa orăşelului Muncie, de 40 000 de locuitori, în 1925, va fi comparată cu cea din 1890 (pe baza documentelor oficiale) şi, mai apoi, cu cea din 1935, din timpul crizei economice (pe baza impresiilor personale, a participării directe la viaţa acestui orăşel cu pseudonim Middletown). Şcoala din Chicago, creată de Albion W. Small, fondatorul revistei „American Journal of Sociology", şi strălucit reprezentată, între alţii, de către Robert E. Park, William I. Thomas, E. Burgess, dezvoltă metodele preluate din etnologie: metoda cazului şi observaţia participaţională. William I. Thomas (1863—1947), profesor la Universitatea din Chicago, este preocupat de studiul individului şi al situaţiilor sociale, de personalitate şi cultură. Împreună cu Fl. Znaniecki, poet şi filosof polonez, pe baza unei subvenţii obţinută în 1908, studiază situaţia emigranţilor polonezi. Lucrarea lor: *The Polish Peasant in Europe and America. Monograph of an Immigrant Group",* publicată la Boston, între 1919—1921 în 5 volume, rămîne clasică. Materialul acestei lucrări,

care conține și o substanțială expunere metodologică, este constituit din scrisorile expediate de către emigranții polonezi familiilor lor; o altă parte provine din autobiografiile polonezilor „medii". Volumele IV și V tratează „dezagregarea vechiului sistem familial și cutumele evului mediu feudal", și, respectiv, „americanizarea" grupului de polonezi. După imigrarea în S.U.A., Florian Znaniecki își precizează concepția sa în *Social Actions* (1936) și în *The Social Role of the Man of Knowledge* (1940), îmbogățind terminologic sociologia prin introducerea noțiunii de „model cultural". R. E. Park, interesat și el de studiul conflictelor interetnice, fondează „Pacific Race Relations Survey". Aici, în 1926, Emery S. Bogardus construiește prima scală de atitudini — „Social distance scale" — devenită și ea clasică. Paralel cu școala din Chicago, la New York, sub conducerea lui Franklin H. Giddings (1855—1931), un grup de sociologi, între care: W. F. Ogburn, F. Stuart Chapin, Stuart A. Rice, prin activitatea lor de cercetare, contribuie la promovarea experimentului și a metodelor cantitative în studiul fenomenelor sociale. Pitirim A. Sorokin (1889—1968), de formație psiholog, publică lucrarea *Social Mobility* (1927), punînd în evidență existența unor deplasări ale indivizilor sau ale claselor sociale în interiorul spațiului social fie la nivel echivalent, fie de la un strat la altul (mobilitate orizontală și mobilitate verticală).

Marea industrie ridică problema instaurării unor bune relații între grupele de muncă, ca și în interiorul lor. Pornind de la conceptele de „anomie" (É. Durkheim) și de „componente nonlogice ale comportamentului" (Vilfredo Pareto), acestei probleme i se dedică Elton Mayo, care timp de mai mulți ani (1927—1939) efectuează studii sistematice în atelierele din Hawthorne ale companiei *Western Electric*. Se descoperă, contrar teoriei lui F. W. Taylor, că omul nu lucrează ca o mașină, că este totdeauna necesară instaurarea unui climat favorabil muncii. Studiile lui E. Mayo pot fi considerate ca fiind primele cercetări de sociologie industrială și, în același timp, o pledoarie pentru necesitatea „counseling-ului" — ca element permanent al conducerii.

În afara investigațiilor amintite, în „tradiția americană" se mai încorporează o serie întreagă de alte investigații, între care amintim: 1) *Tikopia* (realizată de către etnologul Raymond Firth pe baza observației directe și a convorbirilor, între 1928—1929 și reluată în două rînduri, în 1952 și în 1966); 2) *Yankee City* (bazată pe observația coparticipantă, recensăminte, statistici, convorbiri, chestionare, studii de caz, documente oficiale și intime, între 1931—1935, sub conducerea lui W. Lloyd Warner și Paul S. Lunt, care publică, pe această bază, în 1941, *The Social Life of a Modern Community);* 3) *Street Corner Society* (efectuată în întregime de către un singur cercetător, William Foote Whyte, pe baza observației coparticipante — 1937/1940 — care, așa cum se exprimă, nu fără umor Th. Caplow, „din observator neparticipant era să devină participant neobservator"); 4) *An American Dilemma: the Negro Problem and Modern Democracy* (amplă investigare bazată pe studiul de caz, pe teste psihologice, chestionare, realizată, între 1938—1940 de o echipă de peste 150 de cercetători sub conducerea suedezului Gunnar Myrdal care, împreună cu Richard Sterner și Arnold Rose, publică în 1944 raportul final); 5) *The People's Choice* (studiu asupra comportamentului alegătorilor — 1940 — publicat de către Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, în 1944).

În aceeași perioadă, în S.U.A., problematica „grupului mic" devine o preocupare centrală și constituie obiectul de studiu al școlii lui Kurt Lewin (1890—1947), cunoscută sub numele de „dinamica grupelor" și a unei noi direcții: sociometria.

Schimbînd preocupările de cercetare a psihologiei personalității cu cele de studiere a grupurilor, K. Lewin inițiază la *Child Welfare Research Station,* pe lîngă Universitatea *Iowa*, primele cercetări asupra grupului mic. După zece ani de activitate, se stabilește la *Massachusetts Institute of Technology,* fondînd cunoscutul *Center for Group Dynamics.* Cercetările sale sînt publicate postum: *Resolving Social Conflicts* (1948) și *Field Theory in Social Science* (1951).

Jakob Levy Moreno — medic psihiatru — după interesante studii și experiențe, la Viena, de readaptare socială a prostituatelor, folosind discuțiile libere în grupuri mici, studii care prefigurează *sociometria,* emigrează în 1925, în S.U.A., unde, în 1928, va crea *psihodrama,* iar în 1934 va concepe *testul sociometric,* care va fi îmbunătățit în 1952 de către R. Tagiuri, prin introducerea *percepției sociale.*

Către jumătatea deceniului al patrulea, cei doi fondatori ai preocupărilor moderne de cercetare a grupurilor mici se întîlnesc prima oară. Deși „sociometria" și „dinamica" grupurilor sînt bazate pe o concepție foarte asemănătoare și prevăd metode foarte apropiate, unii specialiști (Alexander P. Hare, Edgar F. Borgatta, Robert F. Bales) consideră că cele două direcții de studiere trebuie disociate. De acord cu Dorwin Cartwright și Alvin F. Zander, nu credem că greșim dacă afirmăm că — în fond — avem de-a face, în cazul sociometriei și al dinamicii grupurilor, cu puncte de vedere unitare asupra grupului mic, personalității și psihoterapiei.

Experimentele asupra grupurilor mici, sub influența lui Kurt Lewin, sînt continuate de către I. M. Leavitt și Alex Bavelas (1950) privind rețelele de comunicare în cadrul grupurilor mici, de către Robert F. Bales privind „leadership"-ul, de către Muzafer Sherif privind conflictele și cooperarea ș.a.m.d.

Paralel cu aceste direcții, sub influența lui George Herbert Mead (1863—1932) se dezvoltă antropologia culturală (C. Kluckhohn, H. A. Murray), care are în vedere studiul individului și al colectivității. Ralph Linton, în 1937, introduce conceptul de „personalitate de bază", desemnînd prin acesta structura personalității, dependentă de forma de organizare socială, de sistemul de educație existent în fiecare tip de societate. Tot R. Linton introduce și conceptele de mare circulație în sociologia concretă: „status" și „rol".

Între cele două războaie mondiale activitatea de investigare directă a fenomenelor sociale cunoaște în sociologia germană un impuls deosebit prin crearea, sub influența lui Karl și Charlottei Bühler, a primului *Centru de cercetări sociologice empirice* (Viena) și apoi, în 1925, a *Institutului pentru cercetări sociologice* din Frankfurt, în cadrul căruia s-au desfășurat importante investigații de sociologie urbană, familie, autoritate (A.Walther, K. Mannheim). În revista editată de acest institut au început să publice unii dintre cei mai de seamă reprezentanți ai sociologiei nemarxiste contemporane: Theodor Adorno, Erich Fromm, Herbert Marcuse. Instaurarea regimului nazist întrerupe brutal dezvoltarea sociologiei germane. În 1933, 47% din oamenii de știință din domeniile economiei și științelor sociale sînt siliți să emigreze din Germania. Cei

mai mulți s-au stabilit în S.U.A.: Theodor Geiger, Karl Mannheim, Paul Lazarsfeld ș.a.m.d.

La terminarea războiului, odată cu prăbușirea nazismului, o serie de sociologi emigranți se reîntorc în Germania și „contaminați de spiritul sociologic american", reiau cercetările sociologice de teren, ca și studiile teoretice: Max Horkheimer, Theodor Adorno, René König, Alphons Silbermann și alții.

În Anglia este continuată tradiția marilor anchete regionale (D. C. Jones, A. F. Wells), concomitent cu perfecționarea metodelor și tehnicilor de cercetare (F. C. Bartlett, M. Ginsberg), în timp ce, în Franța, odată cu ancheta lui Gabriel Le Bras în probleme de sociologie a religiei, se inaugurează o direcție: cercetările sociologice concrete moderne — ilustrată magistral de Jean Stoetzel în probleme de opinie publică și de Georges Friedmann în problemele sociologiei muncii.

În România, deși precursorii pot fi urmăriți pînă la Dimitrie Cantemir, sociologia s-a constituit ca știință în contextul social și politic al revoluției burghezo-democratice de la 1848. Adevărații fondatori ai sociologiei românești pot fi considerați: Nicolae Bălcescu, Simion Bărnuțiu, Ion Ionescu de la Brad și Dionisie Pop-Marțian. Ion Ionescu de la Brad, care publică în 1868 *Agricultura română în județul Mehedinți*, este „întemeietorul cercetărilor monografice românești"[7]. Monografierea județelor și a plășilor este continuată de întocmirea monografiilor sătești[8]. Cea dintîi este tipărită *Monografia Comunei Ilva Mare* de V. Gr. Borgovanu (în „Revista nouă", 1892, pp. 341—349). Dacă luăm în considerație faptul că V. Gr. Borgovanu amintește de monografia aceleiași comune scrisă în 1863 de către Pavel Galan și rămasă în manuscris, putem considera tradiția monografiilor sătești ca fiind mult mai veche[9].

De la C. Dobrogeanu-Gherea, inițiatorul curentului de gîndire marxistă în sociologia românească, filiația de idei

[7] MIRON CONSTANTINESCU, O. BĂDINA, E. GALL, *Gîndirea sociologică în România*, ediția a II-a revăzută, Ed. didactică și pedagogică, București, 1974, p. 33.

[8] Vezi OVIDIU BĂDINA, *Cercetarea sociologică concretă*, Ed. științifică, București, 1966.

[9] Vezi ION CHELCEA, *Literatura monografică a satelor noastre și problemele în legătură cu studiul satului românesc. Momente principale*, Cluj, 1933.

progresiste se regăsește în opera dr. Ștefan Stîncă, Ionescu Rion, Ion Nădejde, Ecaterina Arbore, Șerban Voinea, Lucrețiu Pătrășcanu, Lotar Rădăceanu, Ștefan Voicu, Roman Moldovan și alții. În afara curentului valoros, progresist în gîndirea și investigarea sociologică din România au existat orientări nemarxiste diverse, reprezentate de A. D. Xenopol, D. Drăghicescu, V. Goldiș, V. Bărbat, D. Gusti, P. Andrei, N. Petrescu, Al. Claudian. În perioada 1935—1947 este de remarcat activitatea de cercetare monografică a *Școlii sociologice de la București* de sub conducerea lui Dimitrie Gusti, în cadrul căreia „s-au evidențiat: Mircea Vulcănescu, Henri H. Stahl, Traian Herseni, Anton Golopenția, fiecare dintre ei marcînd o anume etapă și o anume orientare în cadrul Școlii sociologice de la București"[10].

Deosebit de valoroasă pentru promovarea investigațiilor sociologice concrete s-a dovedit a fi publicarea, în 1940, de către *Institutul de științe sociale al României* a unui volum de *Îndrumări pentru monografiile sociologice,* sub redacția lui D. Gusti, care rezuma „pe plan de metodă și tehnică de lucru, o experiență colectivă de cincisprezece ani"[11].

După 1947, în spiritul marxism-leninismului, au început să fie studiate variatele probleme ale noii ordini sociale. Pînă în 1965, cercetările sociologice disparate au fost efectuate în cadrul unor unități divers specializate: Institutul de cercetări economice, Centrul de statistică, Institutul de geologie și geografie, Ministerul învățămîntului, Institutul de filosofie, Institutul de etnografie și folclor, Centrul de cercetări antropologice, Muzeul satului etc. În 1965 a fost înființat, în cadrul Academiei R. S. România, Centrul de cercetări sociologice. Tot în 1965 și-a început activitatea, sub conducerea prof. Miron Constantinescu „grupul de lucru" al sociologilor care vor constitui mai apoi, odată cu reînființarea învățămîntului sociologic superior (1966), *Laboratorul sociologic al învățămîntului.* Importante cercetări sociologice de teren se desfășoară sub egida Academiei „Ștefan Gheorghiu" de pe lîngă C.C. al P.C.R.

[10] POMPILIU CARAIOAN, *Profesorul Dimitrie Gusti și Școala sociologică de la București,* în *Sociologia militans,* vol. IV, Editura științifică, București, 1971, pp. 125—126.

[11] D. GUSTI, *Un sistem de cercetări sociologice la teren,* în *Îndrumări pentru monografiile sociologice,* Institutul de științe sociale al României, București, 1940, p. 4.

În 1967 este creat *Oficiul de studii și sondaje al radioteleviziunii,* organ specializat în studiul comunicațiilor de masă. Concomitent cu apariția unor noi și valoroase instituții, organisme sau nuclee de cercetare sociologică — cum sînt cele amintite, ca și altele: Centrul de cercetări pentru problemele tineretului, Laboratorul de sociologie urbană al municipiului București, Laboratoarele sociologice din centrele universitare: Iași, Cluj, Bacău, Petroșani, Sibiu — unitățile specializate care au activat în cîmpul investigării fenomenelor sociale în perioada 1948—1965 își continuă și își dezvoltă activitatea de cercetare sociologică de profil.

În prezent, există nuclee de cercetare sociologică în 12 din județele țării, precum și reviste de specialitate ale Institutelor de învățămînt superior și ale Academiei de Științe Sociale și Politice, în care sociologii valorifică cercetările lor de teren.

În 1972 apare primul număr al revistei de sociologie „Viitorul social", în care cercetărilor de teren li se asigură un loc principal, investigația sociologică fiind chemată să contribuie cît mai substanțial la edificarea societății socialiste multilateral dezvoltate, studiind „marile procese de industrializare, urbanism, cooperativizare, schimbările în structurile sociale în România, problema tineretului, problemele sociale ale tineretului, sistematizarea administrativ-teritorială a României"[12].

Scurta privire istorică asupra dezvoltării, pînă la jumătatea secolului nostru, a investigației fenomenelor sociale, ca problematică și metodologie[13], ca și înmulțirea

[12] MIRON CONSTANTINESCU, *Unitățile de cercetare sociologică din România și modul cum acestea răspund comenzii sociale,* în *Gîndirea sociologică în România.* Note de curs, București, Centrul de multiplicare al Universității din București, 1973, p. 141.

[13] Vezi: HEINTZ MAUS, *Zur Vorgeschichte der empirischen Sozialforschung,* în *Handbuch der empirischen Sozialforschung.* Herausgegeben von René König, Erster Band, Stuttgart, Ferdinand Enke Verlag, 1967; BERNSDORF WILHELM, *Wörterbuch der Soziologie,* Stuttgart, 1969; RENÉ KÖNIG, *Soziologie,* Frankfurt am Main, Fischer Bucherei, 1958; HELMUT SCHOECK, *Kleines Soziologisches Wörterbuch,* Wien, Herder Freiburg, 1969; PAUL F. LAZARSFELD, *La sociologie* în *Tendences principales de la recherche dans les sciences sociales et humaines,* Mouton, Paris, 1970; TH. CAPLOW, *L'enquête sociologique,* Paris, Armand Colin, 1970; J. KLOFAC și V. TLUSTI, *Empirische Soziologie,* Berlin, DVW, 1964; PAUL F. LAZARSFELD, *Philosophie des sciences sociales,* Paris, Gallimard, 1970; RALF DAHRENDORF, *Pfade aus Utopia,*

fără precedent în zilele noastre a cercetărilor de teren ne face să afirmăm că secolul al XX-lea marchează triumful „sociologiei empirice" (concrete, de teren) asupra „sociologiei de fotoliu" (speculativă) cu care adesea a fost în polemică. Paul Lazarsfeld distinge în istoria „analizelor de anchetă", a cercetărilor sociologice empirice, trei etape: 1) prima etapă, pînă la 1930, de elucidare a unor probleme sociale; 2) a doua etapă, pînă la cel de-al doilea război mondial, caracterizată prin amploarea sondajelor de opinie și prin perfecționarea tehnicilor de anchetă; 3) ultima etapă, contemporană, caracterizată prin efortul de sistematizare și de clarificare conceptuală. El consideră că anchetele desfășurate pînă la jumătatea secolului nostru nu numai că nu au ajutat la dezvoltarea sociologiei, dar au avut chiar efecte negative prin viziunea atomară promovată, ca și prin ruperea din contextul social a unităților cuprinse în anchetă.

Așa cum remarca și prof. Iosif Natansohn, de la Universitatea „Al. I. Cuza" din Iași, „în multe țări capitaliste și în primul rînd în S.U.A., în perioada dinaintea celui de-al doilea război mondial cercetarea sociologică concretă luase un avînt considerabil. Cercetarea era însă searbădă, superficială, fără valoare științifică și cel mai adesea avea menirea să îndepărteze pe sociologi de la studierea problemelor sociale, cu adevărat grave, ale lumii capitaliste"[14].

Depășirea situației de criză în care se află sociologia nemarxistă contemporană poate fi realizată numai prin unirea dialectică a micro- și macrosociologiei, prin efortul de teoretizare, prin situarea cercetărilor pe pozițiile materialismului istoric și dialectic.

La jumătatea secolului nostru s-au desfășurat cercetări concrete de amploare nemaiîntîlnită în istoria investigației fenomenelor sociale: cercetarea coordonată de către

München, R. Piper & Co Verlag, 1968; HEINTZ MAUS, *Geschichte der Soziologie*, în *Handbuch der Soziologie*, Herausgegeben von Werner Ziegenfuss, Stuttgart, Ferdinand Encke Verlag, 1956; I. NATANSOHN, *Curs de sociologie generală*, Universitatea „Al. I. Cuza", Iași, 1971; I. IORDĂCHEL, *Curs de teorii sociologice contemporane*, Academia de învățămînt social-politic, „Ștefan Gheorghiu", București, 1970; GITTA TULEA, *Studii de istoria sociologiei americane*, Universitatea din București, 1973.

[14] IOSIF NATANSOHN, *Sociologia în impas?*, Editura Junimea, Iași, 1972, p. 60.

12—80

Samuel Stouffer *(The American Soldier)* este, într-un anume sens, unică. În cadrul acestei cercetări au fost realizate peste 600 000 de interviuri, au fost lansate 200 de chestionare, iar analiza și interpretarea informațiilor recoltate, care a durat circa 5 ani, a prilejuit apariția a patru volume de *Studies in Social Psychology in World War II*. Întreaga investigație este cunoscută sub titlul primelor două volume: *The American Soldier*, în care sînt cuprinse 134 de cercetări pe probleme privind adaptarea individuală a combatanților (civili și militari) la condițiile conflagrației mondiale. Volumele III și IV au o problematică distinctă: reacția soldaților față de film, propagandă și probleme de teoria și practica scalelor de atitudine. Aportul metodologic în acest domeniu este considerabil, deși, din punct de vedere epistemologic — așa cum remarcau unii sociologi marxiști și chiar nemarxiști, reproșîndu-i-se viziunea atomară — lucrarea lui Samuel Stouffer „pentru a fi o adevărată carte de sociologie, ar fi trebuit să se intituleze Armata americană și nu Soldatul american"[15].

Ca problematică și sub raportul dezvoltării tehnicilor de investigație, se impune a fi amintit raportul dr. Alfred C. Kinsey asupra comportamentului sexual la bărbat și femeie, în S.U.A., realizat prin intervievarea a peste 12 000 de persoane. Cercetarea coordonată de către dr. A. C. Kinsey este tributară viziunii behavioriste, punîndu-se accent pe aspectele fiziologice și pe reacțiile exterioare ale comportamentelor celor mai intime prin mijloacele anchetelor, ceea ce a dus la lărgirea considerabilă a cîmpului de investigare. Aspectul deontologic — codul moral al cercetării sociologice — trebuie și el subliniat: declarațiile subiecților și-au păstrat pe deplin caracterul confidențial, lista de coduri, cunoscută numai unui număr foarte restrîns de specialiști, era păstrată, asemenea actelor de stat ultrasecrete, în seifuri, protocoalele realizate criptic au fost trecute direct pe cartele perforate în vederea prelucrării lor la calculator, fără consemnarea cu cuvinte a nici unei declarații. S-a acordat o deosebită atenție fidelității procedeului operațional de investigare: 706 cupluri maritale au fost intervievate cu privire la comportamentul sexual, stabilindu-se gradul de coincidență al declarațiilor separate

[15] *Idem*, p. 83.

(bărbat—femeie). Pentru stabilirea siguranței informațiilor privitoare la comportamentul sexual al femeii, s-a recurs la chestionarea ulterioară a 120 de femei pentru verificarea concordanței răspunsurilor. Gradul de corelație al tabelelor astfel obținute este satisfăcător[16].

În legătură cu această cercetare, de remarcat este efortul de integrare a seriilor de informații provenite din izvoare foarte diferite. Chestionarea individuală „elastică", slab formalizată, pentru valoarea căreia pledează dr. A. C. Kinsey, este întregită de informațiile dobîndite prin studiul documentelor: analiza a 377 de „calendare sexuale individuale" (312 pentru femei și 65 pentru bărbați) referitoare la perioade cuprinse între 6 luni și 38 de ani; verificarea însemnărilor zilnice cu privire la activitatea sexuală; studiul schimburilor de scrisori dintre partenerii sexuali; analiza de conținut a unor poezii originale, a unor colecții de cărți și fotografii, a unor opere de artă (cu prilejul acestei anchete au fost colecționate peste 16 000 de opere de artă cu teme erotice, originale sau copii) ca și a inscripțiilor de tot felul existente în locurile și localurile publice. De asemenea, observația directă a dublat tehnica interogativă: au fost realizate, în vederea clarificării diferitelor aspecte ale comportamentului sexual, numeroase observații în instituții și pe stradă, în cluburile de noapte, în cămine, săli de teatru sau concerte, în clinici ginecologice, urologice, neurologice, endocrinologice, psihiatrice ca și în laboratoarele de anatomie și fiziologie animală.

Astfel de cercetări de mare amploare permit să se vorbească din ce în ce mai mult de o „macrosociologie empirică". Exemple în acest sens pot fi și lucrările lui P. Sorokin, *Social Mobility* și H. Schelsky, *Die skeptiche Generation,* realizate prin tehnica analizei secundare. Interesant este faptul că, începînd cu a doua jumătate a secolului al XX-lea, efortul sociologilor nu se mai concentrează spre perfecționarea procedeelor de recoltare a datelor prin anchetele de teren, ci preponderent spre rafinarea metodelor de analiză a acestor date. Dezvoltarea tehnică — apariția calculatoarelor electronice din a doua și a treia generație — ca și perfecționarea organizatorică a

[16] ALFRED KINSEY, *Das sexuelle Verhalten der Frau,* Berlin, Fischer Bücherei, 1970, pp. 92—99.

institutelor de cercetare permit astăzi colecționarea sistematică a datelor și, pe această bază, aplicarea în cercetările sociologice de teren a unor metode moderne: analiza multinivelară, analiza de conținut mecanică, tehnica simulării etc. O dezvoltare rapidă caracterizează apariția arhivelor de date sociologice, adevărate „bănci de informații" în domeniul sociologiei, care au ca scop *adunarea, sistematizarea și pregătirea pentru analiza secundară a datelor rezultate din anchetele sociologice.* Interesul pentru constituirea unor astfel de „colecții de date" este manifestat încă din anii '30 ai acestui secol (George Peter Murdock), dar cea dintîi arhivă pentru cercetările sociologice de teren este înființată în 1957, la Williamstown, în S.U.A. Este vorba de „Poper Public Opinion Research Center", căruia i-au urmat, într-un interval de numai un deceniu, alte încă 37 de astfel de bănci de informații. La sfîrșitul anului 1968 funcționau în S.U.A. 38 de arhive pentru anchetele sociologice care, în intervalul 1963—1968 cuprindeau peste 730 de cercetări. În Europa, prima bancă de date pentru anchetele sociologice ia ființă în 1960 pe lîngă Facultatea de științe social-economice a Universității din Köln. Pînă la începutul anului 1969 erau arhivate aici peste 300 de studii, adică circa 2 000 000 de cartele originale și circa 25 000 de diferite chestionare, prelucrate în special pe probleme social-economice și de opinie[17].

În afara *Arhivei centrale pentru cercetări sociologice empirice a Universității din Köln,* în Europa au mai fost înființate încă două astfel de arhive: *Steinmetz-Stichting,* la Amsterdam și *Social Science Research Council Data Bank,* pe lîngă Universitatea din Essex la Colchester, în Marea Britanie și sînt în curs de înființare sau în fază de proiect alte cîteva arhive: pentru Țările Scandinave, Franța, Cehoslovacia, Ungaria. Este de presupus că dezvoltarea colaborării internaționale în domeniul cercetărilor sociologice, ca și înmulțirea anchetelor sociale internaționale comparative va impune înființarea de arhive pentru cercetări sociologice concrete și în alte țări. Încă de pe acum se conturează diferite tipuri de arhive după: scopul, întinderea, tematica și tipul de anchete ce se colecționează. Se pot astfel distinge: arhive pentru cercetări

[17] *Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung.* Universität zu Kölu, 1969.

științifice, arhive pentru date comerciale (cum sînt cele deja amintite), arhive regionale (de exemplu, Arhiva pentru date sud-americane) arhive tematice (Arhiva pentru date despre elite etc.). În ultimii ani, în domeniul arhivării se încearcă combinarea datelor individuale (cartelele perforate ale interviurilor) cu alte documente personale și cu datele statistice. Utilizarea computerelor în arhivarea anchetelor sociologice va deschide, fără îndoială, perspective mai largi și, în același timp, mai adînci cercetărilor sociologice. Este suficient să amintim faptul că arhivarea cercetărilor sociologice concrete constituie primul pas în analiza secundară. Așa cum subliniau cercetătorii Klaus G. Sommer și Hagen Stegemann de la *Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung*, pentru aplicarea analizei secundare sînt necesare două condiții: existența unui număr suficient de date de anchetă și pregătirea lor pentru o potențială cercetare[18]. Ambele condiții sînt satisfăcute numai prin înființarea de arhive pentru cercetări sociologice concrete.

Înmulțirea organismelor de cercetare sociologică, ca și creșterea numărului de anchete sociale, concomitent cu lărgirea ariei lor de cuprindere, reclamă înființarea unei *Arhive pentru cercetări sociologice* și la noi. Pentru început, scopul unei astfel de arhive ar putea fi numai acela de colecționare a chestionarelor în vederea inventarierii a ceea ce s-a făcut, a valorificării și controlului materialelor primare. Valoarea metodologică ar rezulta din posibilitatea comparării diferitelor modele de chestionare aplicate, în timp ce virtuțile instructiv-formative pentru tinerii cercetători sociologi s-ar vădi în contactul acestora cu anchetele devenite clasice. Într-o astfel de arhivă ar urma să fie sistematizate: *chestionarele de anchetă, lista codurilor, dublurile tabelelor centralizatoare și de corelație, copia raportului de cercetare și,* unde este cazul, *lucrarea tipărită.*

[18] KLAUS G. SOMMER și HAGEN STEGEMANN, *Sekundăranalyze, ein Instrument der Martktforschung in Fremdenverkehr.* Diskussionsbei trag zum ESOMAR „Market Research Seminar on Travel and Tourism", Rigi-Kaltbad, 1967.

ANDRIEȘ C. LUCIAN
Nr 2698
Biblioteca Personală

CAPITOLUL II
PROBLEME ALE INVESTIGĂRII FENOMENELOR SOCIALE

1.
Sondaj, anchetă, investigație

În sens comun, termenii de *sondaj, anchetă, investigație, cercetare sociologică concretă* sînt sinonimi. Pentru specialiști, ei se acoperă doar parțial. Termenul de *sondaj,* în sens propriu, se referă la acțiunea de pătrundere, cu ajutorul unei sonde, în interiorul organismului, a obiectelor fizice, în adîncul apelor sau al solului, cu scopul de a recolta probe în vederea descrierii structurilor morfologice. În sens figurat, cu referire la domeniul socialului, sondajul semnifică metoda statistică de stabilire, pe baza eșantionării, a stratificării opiniilor în raport cu categoriile socio-profesionale, vîrstă, sex etc., cu scopul de a prevedea comportamentul membrilor colectivității pentru care eșantionul asupra căruia s-a efectuat sondajul este reprezentativ. Sondajele de opinie au dobîndit o largă popularitate datorită pronosticurilor electorale. Încă din 1824, cu ocazia alegerilor prezidențiale din S.U.A., ziarul „Harrisburg Pennsylvanien" realiza astfel de sondaje[1]. Tehnica sondajului, la acea dată, era cu totul primitivă. Ziariștii coborau în stradă și întrebau la întîmplare trecătorii în legătură cu preferințele lor față de unul sau altul dintre candidații la funcția de președinte. La începutul secolului al XX-lea, aceste sondaje deveniseră o adevărată modă jurnalistică. Înaintea alegerilor prezidențiale din 1928, dată fiind popularitatea lor, diferite ziare și reviste din S.U.A. au efectuat un număr de 85 de sondaje, cele mai multe realizate prin poștă. În S.U.A., la *Uniunea ziariștilor,* imediat după terminarea primului război mondial, se înființează un departament specializat

[1] ALBERT B. BLANKENSHIP, *Markt — und Meinungs-forschung in den S.U.A.*, Tübingen, Demokrat Verlag, 1961, p. 267.

în astfel de cercetări. Agențiile de publicitate organizează și ele servicii de cercetare: în 1919 este fondat primul serviciu de acest fel. Asistăm la un adevărat proces de instituționalizare a modei, care duce, la jumătatea deceniului al patrulea, la înființarea primului institut de cercetare a opiniei publice: *American Institute of Public Opinion*, sub conducerea lui George Gallup. Tot în deceniul patru al secolului al XX-lea, care poate fi supranumit „deceniul cercetării opiniei publice", ia ființă revista *Public Opinion Quarterly*, sub influența lui Hadley Cantril, în timp ce, în 1937, *Bureau of Radio Research* se transformă, datorită activității lui P. F. Lazarsfeld, în *Bureau of Applied Social Research*. La finele „deceniului cercetării opiniei publice" se organizează *National Opinion Research Center*, la Princeton și *Survey Research Center*, la Universitatea Michigan. Concomitent, se realizează progrese însemnate pe linia dezvoltării tehnicilor de cercetare. Încă din 1930 începe să fie folosit interviul standardizat. Superioritatea pronosticurilor făcute de institutele de cercetări față de cele realizate de către ziare și reviste iese în evidență cu ocazia alegerii președintelui Roosevelt. Astfel, „Literary Digest", care, încă din 1916, cu ocazia confruntării electorale dintre Charles Evens Hughes și Wilson, făcea sondaje prin așanumitul „Auto-telefon System" (chestiona doar posesorii de posturi telefonice și de automobile), a indicat în 1936, cu o aproximație de 19%, că London, contracandidatul lui Franklin D. Roosevelt la președinția S.U.A., va obține 370 de voturi de la cei 531 de alegători, în timp ce institutul condus de către George Gallup se pronunțase hotărît pentru victoria în alegeri a lui F. D. Roosevelt[2]. Revista „Literary Digest" a expediat cu această ocazie circa 10 000 000 de buletine de vot, din care a recuperat 2 376 523. S-au cheltuit circa 500 000 de dolari și publicația — în urma eșecului — a încetat să mai apară[3]. Eșecul înregistrat a avut însă o valoare științifică: a arătat importanța eșantionării. Cu o aproximație de 6,5%, urnele de vot au dat cîștig de cauză pronosticului Gallup, ceea ce a dus la creșterea imediată a prestigiului institutelor de cercetări,

[2] OTTO KLINBERG, *Psychologie sociale*, Paris, P.U.F., 1967, p. 552.
[3] MILDRED PORTEN, *Grundformen und Probleme des Samples in der Sozialforschung*, în *Beobachtung und Experiment in der Sozialforschung. Herausgegeben von René König, Praktische Sozialforschung*, Köln-Berlin, 1956.

dar și la mărirea responsabilității predicțiilor acestora. Succesul pronosticurilor, ca și eșecul lor constituie, din punct de vedere științific, o verificare riguroasă a tehnicilor utilizate. Așadar „pentru organizatorii sondajelor, valoarea pronosticurilor electorale constă în faptul că ele oferă una dintre puținele ocazii de a demonstra siguranța metodelor lor"[4]. Răsunătorul eșec al specialiștilor în sondaje înregistrat în 1948 cu ocazia luptelor electorale dintre Truman și Dewy, cînd au indicat victoria celui din urmă, a condus la o examinare critică amănunțită a metodelor sondajului. Comisia însărcinată cu studierea cauzelor acestui eșec a remarcat:

— inexactitatea eșantionului;
— lipsa de interpretare a răspunsurilor „nu știu";
— neglijarea modificărilor de opinie posibile pînă în ultimul moment;
— ignorarea răspunsului la întrebarea primordială: „care sînt persoanele care realmente vor vota?", cu alte cuvinte: ignorarea intensității opiniilor.

Astăzi, deși eroarea unor pronosticuri s-a redus pînă sub 1% se consideră că exactitatea sondajelor de opinie va avea totdeauna o marjă de eroare, calculabilă, previzibilă. Chiar dacă institutele *Gallup, Roper* sau *Harris* din S.U.A., *I.F.O.P.* (L'Institut français d'Opinion publique) creat în 1938, sau *SOFRES* (Société français d'Enquête par sondages"), creat în 1962, în Franța*, *B.I.P.O.* (1936) din Marea Britanie sau *Institutul pentru demoscopie* din R. F. Germania s-au făcut cunoscute prin pronosticurile lor cu privire la comportamentul electoral, nu înseamnă că domeniul sondajelor de opinie se reduce la acest comportament sau că el este cel mai important pentru studiere. Așa după cum, pe bună dreptate, s-a remarcat, nu este un lucru extraordinar să prevezi cu aproximație ceea ce într-un interval de timp foarte scurt vei afla cu exactitate. Din această perspectivă, prin intermediul opiniilor exprimate, mai interesant de studiat pare a fi comportamentul economic, etic și cultural. Astfel, au fost create institute specializate. Spre exemplu, în Franța în afara celor două

[4] C. A. MOSER, *Metodele de anchetă în investigarea fenomenelor sociale*, Editura științifică, București, 1967, p. 52.
* Vezi J. STOETZEL et A. GIRARD, *Les sondages d'opinion publique*, Paris, P.U.F., 1973.

centre de sondare a opiniei publice amintite, o amplă activitate de cunoaștere prin intermediul sondajelor desfășoară și *Institutul național de statistică și studii economice (INSEE), Institutul național de studii demografice (INED), Oficiul radio-ului și televiziunii franceze (ORTF)* etc. Timp de 15 zile, 1 200 de telespectatori expediază zilnic pe adresa *ORTF* chestionarele completate, pe baza cărora se măsoară audiența și aprecierea emisiunilor televiziunii franceze (Cei 1 200 de telespectatori constituie „panel-ul" telerecepției). În Marea Britanie, zilnic sînt intervievați la domiciliu 2 250 de persoane în legătură cu emisiunile *BBC*. La noi, din 1969, *Oficiul de studii și sondaje al radio-televiziunii* realizează „barometre" trimestriale pentru Tv și lunare pentru emisiunile radio* pe eșantioane reprezentative de 600 de persoane. Pentru perfecționarea conducerii științifice a societății, cunoașterea opiniilor și a curentelor de opinie este deosebit de utilă. Efectuarea sondajelor de opinie nu poate însă înlocui cercetarea sociologică propriu-zisă, sondajele de opinie constituind doar o metodă complementară de investigare a realității sociale[5]. Georges Gurvitch consideră chiar că la originea gravei crize actuale a sociologiei nemarxiste s-ar situa abuzul sondajelor de opinie lipsite de o bază teoretică solidă. Bogăția faptelor, fenomenelor și relațiilor sociale nu poate fi prinsă în cadrul sondajelor de opinie: se impune organizarea de *anchete* sau de *investigații sociologice de teren*.

Termenii de *anchetă, investigație de teren, cercetare sociologică concretă* (folosiți în lucrare ca sinonimi și echivalenți ai termenului de *sociologie empirică)* desemnează strîngerea și prelucrarea informațiilor în scopul verificării unor ipoteze științifice sau al formulării unor soluții de rezolvare a problemelor sociale și presupun un demers metodologic riguros, ca și posibilitatea cuantificării informațiilor. Într-un anume sens, termenii de *cercetare sociologică concretă* și *investigație sociologică* de teren subsumează termenii de *anchetă* și *sondaj*, constituind față

* Vezi PAVEL CÂMPEANU, *Radio, televiziune, public*, Editura științifică, București, 1972; PETRE BARON, *Barometrul tele și radiorecepției — o metodă de cercetare periodică a audienței*, în „Viitorul social", anul III, nr. 1, 1974, pp. 128—135.

[5] ION DRĂGAN, *Locul anchetelor de opinie în investigația sociologică*, în *Teorie și metodă în științele sociale*, vol. V, București, Editura politică, 1967.

de aceștia genul proxim, diferența specifică fiind dată de ponderea metodelor interogative caracteristice anchetelor și sondajelor. Ancheta, ca și sondajul, implică cu necesitate cercetarea de teren și tratarea statistică a informațiilor (deci, număr mare de cazuri studiate). Totuși, ancheta nu se confundă cu sondajul: în primul rînd, pentru că nu se oprește la datele de ordin subiectiv (individuale sau de grup, economice sau culturale). În al doilea rînd, spre deosebire de sondajul de opinie, ancheta sociologică folosește o multitudine de mijloace de obținere a informațiilor, nu se rezumă numai la chestionar și interviu.

Este revelatoare în acest sens experiența sociologilor din R. P. Bulgaria, care, cu ocazia unui studiu asupra sentimentului religios (1962), perfecționează metoda „anchetei indirecte"[6], în care sînt sintetizate: observația directă, observația participantă, interviul, chestionarul și studiul documentelor.

Miron Constantinescu atrăgea atenția că „este necesară neta distingere între faptul social și opinia despre faptul social; opiniile sînt diferite în raport cu clasele și grupurile sociale, cu persoanele, iar confruntarea lor cu realitatea obiectivă este singura care dă măsura valabilității lor. În cercetările sociologice această distincție este, metodologic și practic, esențială"[7].

Jacques Antoine, într-o lucrare asupra tehnicilor de anchetă prin sondaj[8], enumeră principalele obiecții aduse cel mai frecvent sondajelor:

— informațiile obținute nu oferă certitudine, întrucît nu se are în vedere totalitatea domeniului studiat, ci doar un eșantion;

— costul anchetelor prin sondaj este exagerat;

— sondajele sînt inutile, pentru că informațiile ce se obțin sînt deja cunoscute, în alte părți, de către altcineva.

[6] STOIAN MIHAILOV, *Ancheta indirectă — metodă în studiile de sociologie*, în *Teorie și metodă în științele sociale*, vol. V, Editura politică, București, 1967.

[7] MIRON CONSTANTINESCU, *Fapte, fenomene și relații sociale*, în *Cercetări sociologice*, 1938—1971, Editura Academiei R. S. România, București, 1971, p. 76.

[8] JACQUES ANTOINE, *L'opinion. Techniques d'enquêtes par sondage*, Paris, Dunod, 1969, pp. XXII—XXIII.

Obiecțiile sînt doar în parte justificate. Matematica superioară a sporit gradul de reprezentativitate al eșantioanelor — este adevărat — fără însă a se ajunge la certitudine. Pe de altă parte, nu toate sondajele sînt la fel de costisitoare: în funcție de universul anchetei, de tehnica utilizată și de gradul de exactitate dorit, sondajele sînt mai mult sau mai puțin costisitoare. De asemenea, chiar dacă există deja informații oficiale în domeniile asupra cărora se efectuează sondaje, adesea aceste informații sînt incomplete sau inutilizabile datorită neuniformității lor. Una dintre sarcinile sondajelor este tocmai aceea de a completa lacunele informațiilor statistice existente.

Majoritatea cercetătorilor consideră sondajele de opinie ca pe un „tip de anchetă". Analizînd conținutul anchetelor, C. A. Moser distinge „patru tipuri mari de probleme" (corespunzătoare tot atîtor tipuri de anchetă):

— caracteristicile demografice ale unui grup de oameni;
— mediul lor social;
— activitățile lor;
— opiniile și atitudinile lor.

În același sens, Roger Mucchielli distinge în realitatea socială cinci cîmpuri care pot constitui obiect de anchetă: 1) datele personale: vîrstă, sex, stare civilă, grad de instrucție, profesie, stare economică etc.; 2) date despre mediu: locul de naștere și domiciliul actual, tipul de vecinătate, relațiile familiale etc.; 3) date despre comportamentul populației cercetate: comportamentul economic, cultural, etic; 4) nivelul de informație al populației, opiniile, direcția și nivelul aspirațiilor (acest cîmp de investigație fiind specific sondajelor); 5) atitudinile și motivațiile dominante în cadrul colectivității.

lor de anchetă conduce la ideea că spuns la întrebările: „cine?" și „ce?" totdeauna, în toate anchetele socio- e cu omul, încercînd să-i cunoaștem portamentul. L. Festinger și D. Katz anchetelor economice, în cele din e raportăm tot la comportamentul

fică;
— o
III, nr.
[8] ION D.
Teorie și met

În concluzie, credem că nu greșim dacă vom afirma că în viitor anchetele de toate tipurile se vor dezvolta, pentru că:

— structurile demografice, economice și psiho-sociologice în epoca contemporană evoluează foarte rapid;
— domeniile de aplicare a acestor anchete se extind și se diversifică continuu;
— tehnicile de recoltare a informațiilor în cadrul anchetelor permit o aplicare din ce în ce mai rapidă și, în același timp, cu un control suficient asupra gradului de certitudine a rezultatelor.

În țările socialiste, precum și în țara noastră, dat fiind efortul continuu de perfecționare a conducerii științifice a societății, precum și existența unui cadru instituțional adecvat, este de presupus că numărul și valoarea investigațiilor sociologice concrete vor spori permanent. Caracteristice pentru stadiul actual al cercetărilor sociologice concrete din țara noastră sînt următoarele:

— îmbinarea organică dintre teoria sociologică marxist-leninistă și investigarea concretă;
— axarea cercetării concrete pe problemele majore ale procesului extraordinar de dinamic al dezvoltării societății socialiste multilateral dezvoltate.

2.
Etapele investigației sociologice

Există numeroase opinii cu privire la etapele investigației sociologice. Astfel, A. G. Zdravomîslov precizează că „în orice cercetare se remarcă următoarele cinci etape ale procedurii: elaborarea programului sau a proiectului de cercetare, definirea obiectivelor sau a unităților supuse observației (adică eșantionarea), elaborarea instrumentelor de colectare a materialului, analiza și generalizarea materialului"[9]. D. Katz prevede un număr de 6 etape pentru orice investigație de teren.

Procedînd analitic, putem desprinde — așa cum face R. Mucchielli — din aceste mari etape amintite un număr

[9] A. G. ZDRAVOMÎSLOV, *Metodologhiia i protedura sotiologhiceskih issledovanii*, Moskva, Izd-vo, Mîsl, 1969, p. 44.

de alte 12. Alți autori prevăd chiar mai mult de 12 etape. De exemplu, Claude Joveau stabilește un număr de 15 etape esențiale[10].

În ceea ce ne privește preluăm clasificarea realizată de R. Mucchielli: determinarea obiectivului, preancheta, stabilirea obiectivelor, determinarea universului anchetei, eșantionarea, alegerea tehnicilor de cercetare, pretestarea instrumentelor de cercetare, definitivarea lor, aplicarea în teren, prelucrarea informațiilor obținute, analiza rezultatelor și redactarea raportului de cercetare.

I. Orice investigație începe prin *delimitarea obiectului* ei. Aceasta implică o alegere: din multitudinea faptelor, fenomenelor și proceselor sociale, în lumina unei teorii, se procedează la o decupare, la o abstragere.

„Încă Platon compara cunoașterea cu disecția unui animal; după el, un bun dialectician găsește articulațiile, iar unul prost osul; însă orice cunoaștere rămînea un decupaj"[11]. Acest decupaj, în investigațiile sociologice, se justifică pentru că nu se poate susține că toate elementele se situează pe același plan, că toate pot contribui în aceeași măsură la explicarea unui fenomen. Antoine Pelletier precizează:

„În ceea ce ne privește, mi se pare că, dacă disocierea cît mai scrupuloasă și mai deplină cu putință constituie o premisă indispensabilă oricărei explicații veritabile, ea totuși se identifică cu aceasta tot atît de puțin pe cît se identifică realitatea empirică a unui bolnav cu diagnosticul pus de un doctor perspicace care lasă la o parte zece fapte secundare și reține un simptom hotărîtor"[12].

De asemenea, reconstituirea nu se poate realiza prin prezentarea a tot ceea ce făcea parte din fenomen. „Dacă totul este esențial, atunci nimic nu mai este esențial" — iar obiectivitatea nu se dobîndește prin acumularea și juxtapunerea materialelor; în orice caz, n-am ști niciodată dacă am adunat suficiente fapte. În acest fel, cîmpul de investigație este delimitat. Delimitarea nu se face numai

[10] CLAUDE JOVEAU, *L'enquête par questionnaire*, Bruxelles, Edition de l'Institut de Sociologie de l'Université Libre de Bruxelles, 1971.
[11] ANTOINE PELLETIER, JEAN JACQUES GABLOT, *Materialismul istoric și istoria civilizațiilor*, Editura politică, București, 1973, p. 27.
[12] *Ibidem*.

în raport cu ideea, cu scopul declarat al inițiatorilor investigației, cu metodologia, ci și cu o serie de factori tehnici; sînt luați, de asemenea, în considerație și o serie de factori privind nivelul de calificare al personalului de cercetare, termenul calendaristic al investigației și posibilitățile materiale (factorul economic).

Între ceea ce poate sociologia sau psihologia socială și ceea ce pot sociologii sau psihosociologii există o distanță. O atitudine realistă se impune: a) trebuie stabilit de la început care este nivelul de calificare și experiența cercetătorilor, dar și a personalului auxiliar (operatori de interviuri, tehnicieni, desenatori, cartografi etc.); b) trebuie stabilit, de asemenea, raportul dintre necesarul și disponibilul forțelor de cercetare. De cele mai multe ori, trecîndu-se de la ideea investigației la obiectul și, apoi, la obiectivele ei, se realizează o restrîngere continuă a întinderii investigației. Termenul calendaristic operează și el ajustări și reajustări ale obiectului și obiectivelor investigației. În mod obișnuit se consideră că din totalul timpului acordat investigației numai o treime poate fi afectat muncii de teren, celelalte două treimi fiind rezervate procesului de prelucrare și interpretare a informațiilor culese. Prelucrarea mecanică și cea electronică (computerele din generația a II-a și a III-a) scurtează timpul destinat prelucrărilor, dar mărește considerabil costul investigației. Posibilitățile materiale — oricît de generoase — nu pot compensa acțiunea restrictivă a primilor doi factori; limitarea acestor posibilități are însă urmări imediate asupra investigației.

Stabilirea obiectului investigației, în funcție de factorii amintiți, trebuie să corespundă fie unei probleme sociale, fie unei probleme sociologice. Raymond Boudon distinge trei mari categorii de „probleme sociologice" care au fost și au rămas în atenția cercetătorilor[13]. O primă mare categorie de cercetări o constituie *studiul societăților globale*, atît sub raportul *schimbărilor sociale* (vezi: E. Durkheim, *Le suicide, La division du travail social;* Max Weber, *L'éthique protestante;* P. Sorokin, *Social and cultural dynamics*), cît și din punctul de vedere al *sistemului social* însuși (vezi: T. Parsons, *The social system;* G. Murdock, *Social structure*). Urmează apoi studiul *segmentelor sociale*,

[13] RAYMOND BOUDON, *Les méthodes en sociologie*, Paris, P.U.F., 1969.

a indivizilor în contextul social în care sînt situați (vezi: *S. Stouffer, The American soldier*). În fine, cea de a treia mare categorie de probleme sociologice este reprezentată de studiul *unităților naturale*, grupe, instituții, comunități (W. F. Whyte, *Street corner society*, M. Crozier, *Le phénomène bureaucratique;* Lloyd Warner, *The Status System of a Modern Community*).

De asemenea, „problemele sociale" trebuie să devină totdeauna obiect de investigație științifică: „Cercetătorii din domeniul științelor sociale trebuie să contribuie la lămurirea problemelor, la înțelegerea fenomenelor actuale... Răspunsurile la problemele zilei de azi trebuie să le găsească în primul rînd în viață!"[14]. Adaptarea la munca industrială a celor din mediul rural, integrarea tineretului, formarea conștiinței socialiste, ridicarea nivelului de cunoaștere a tuturor oamenilor muncii ș.a.m.d. sînt probleme sociale specifice societății noastre. Investigarea lor constituie o sarcină primordială, dar nu epuizează întregul cîmp al investigațiilor sociologice. Structura socială, mobilitatea și omogenizarea socială, sistemul status-urilor și al rolurilor etc. — ca probleme sociologice — pot deveni și ele obiect de cercetare. Deși de natură teoretică, problemele sociologice sînt inseparabile de problemele sociale.

În ceea ce privește investigarea fenomenelor sociale, oamenii de știință sînt datori să răspundă problemelor sociale de azi și să exploreze viitorul. Aceasta implică o maximă responsabilitate științifică și partinică.

Studiind (de exemplu) adaptarea psiho-socială la munca industrială a tinerilor din mediul rural, răspundem unei probleme sociale actuale. Se definește mai întîi nominal conceptul de adaptare la munca industrială: adaptarea *psiho-socială* la munca industrială este un „proces de ajustare a comportamentelor în raport cu organizarea formală și informală a întreprinderilor industriale, cu sistemul status-urilor și al rolurilor existente în cadrul acestor întreprinderi, în raport cu cerințele și solicitările muncii industriale"[15]. Cu aceasta, obiectivul investigației nu poate

[14] NICOLAE CEAUȘESCU, *România pe drumul construirii societății socialiste multilateral dezvoltate*, Vol. IV, Editura politică, București, p. 324.

[15] S. CHELCEA, *Adaptarea psiho-socială la munca industrială a tinerilor din mediul rural*, în *Tineret, sănătate, sport, dezvoltare*. Centrul de cercetări pentru problemele tineretului, București, 1969, p. 122.

fi considerat pe deplin conturat. Ce se înțelege prin tineret? Populația în vîrstă de la 17 la 24 de ani (în sens restrictiv) sau de la 14 la 30 de ani (în sens extins)? Cercetătorul poate alege, dar totdeauna trebuie să precizeze. Formularea obiectului investigației înseamnă delimitare în vederea clarificării.

Relația dintre conceptul definit nominal și realitate apare, așa cum remarca fizicianul englez George Thomson — laureat al Premiului Nobel (1937) — „oarecum asemănătoare cu cea dintre o hartă plană și o parte a pămîntului. Harta nu încearcă să reproducă iregularitățile minore ale suprafeței. Chiar dacă indică liniile de contur, este cert că ea ignoră mușuroaiele de cîrtițe... o hartă plană este în mod necesar o deformare a oricărei părți mai întinse a suprafeței Pămîntului"[16]. Se poate trage deci concluzia că „majoritatea conceptelor sînt aproximații" — lucru evident atît în fizică cît și în sociologie. Mai mult: conceptele — mai ales în sociologie — pot avea semnificații foarte diferite de la autor la autor. De exemplu, conceptul de „ideologie" — conform unui studiu *UNESCO* — are peste 150 de accepții[17]. Pentru desubiectivizarea conceptelor sociologice este necesară definirea lor operațională, adică traducerea conceptului în „evenimente observabile". Definițiile operaționale „leagă semnele indicatoare ce apar la nivelul observației și experimentului de semnele convenționale sau simbolurile care apar la nivelul construcțiilor teoretice"[18], permițînd numărarea și măsurarea. Într-o definiție operațională se specifică procedeul și materialele utilizate pentru identificarea definitului, astfel încît „numai prin definirea operațională a conceptelor este posibilă repetabilitatea măsurării"[19]. Operaționalizarea conceptelor sociologice presupune găsirea indicatorilor și gruparea acestora în dimensiuni. Trecerea de la definiția nominală la cea operațională înseamnă o „traducere" a

[16] GEORGE THOMSON, *Inspirație și descoperire*, Editura enciclopedică română, București, 1973, p. 27.

[17] cf. NICOLAE KALLOS, *Despre ideologie*, în *Știință, filosofie, ideologie*, Editura politică, București, 1974, p. 21.

[18] C. POPA, *Teoria definiției*, Editura științifică, București, 1972, p. 143.

[19] JULIAN L. SIMON, *Basic Research Methods in Social Science*, New York, Random House, 1969, p. 19.

conceptelor cu semnificații parțial comune. Stabilirea indicatorilor trebuie să asigure traducerii un înalt grad de validitate, să măsoare ceea ce se presupune că măsoară. Indicatorul „nota 10 la istorie" nu reprezintă o traducere validă a conceptului de „inteligență" a elevilor. Indicatorul, în sensul cel mai larg, desemnează ceea ce face ca altcineva sau altceva să fie cunoscut. Indicatorul este un semn exterior, observabil, măsurabil, care se află față de indicat fie într-un raport de corespondență totală, fie într-un raport de corespondență statistică. Un fapt de observație, un răspuns la o întrebare, un număr constituie, în cercetările sociologice, cei mai frecvenți indicatori. Articularea indicatorilor într-un sistem implică selecția lor atentă; sînt reținuți — de regulă — doar indicatorii necesari și, în același timp, suficienți, stabilindu-se totdeauna „puterea de respingere", „puterea de conținere" și „puterea de discriminare a lor"[20].

Dacă vom defini conceptul de „muncitor fruntaș" prin: „depășirea normei de producție" (i_1) și prin „lucru de bună calitate" (i_2), vom constata că, reținînd doar cîte unul dintre cei doi indicatori, puterea lor de conținere este mare (sînt cuprinși în aceeași categorie toți muncitorii care depășesc norma, indiferent dacă dau sau nu rebuturi și reciproca), în timp ce puterea de respingere nu are decît o valoare de probabilitate (este probabil ca cei ce depășesc norma să lucreze fără rebuturi):

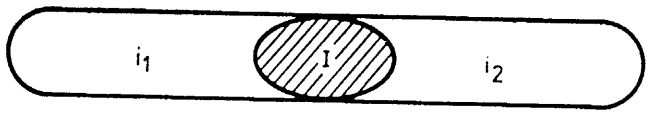


Fig. 1.

în care:

i_1 — indicator: depășirea normei;
i_2 — indicator: lucru de bună calitate; (fără rebut);
I — indicatul: muncitor fruntaș.

În cazul în care conceptele sînt definite alternativ, indicatorii au putere de respingere mare, dar o mică putere de conținere. Exemplu: „este student talentat" cel

[20] STEFAN NOWAK, *Concepte și indicatori*, în *Teorie și metodă în științele sociale*, vol. VIII, Editura politică, București, 1972, p. 154.

care „obține premiu la Sesiunile științifice studențești" (i_1) sau care „primește diplomă de onoare la absolvirea facultății" (i_2). Pe baza fiecărui indicator în parte sînt respinși maximal chiar acei studenți care sînt caracterizați prin indicatorul alternativ; puterea de conținere este deci minimă.

În investigarea sociologică, indicatorul trebuie să fie maximal corelat cu indicele: atît puterea de conținere, cît și puterea de respingere să fie egală cu 1. Într-un sistem de indicatori există însă un „spațiu" de nedeterminare. Încercînd să clasificăm o colectivitate muncitorească după indicatorii: „depășirea normei" (i_1) și „lucru fără rebut" (i_2) vom obține trei categorii.

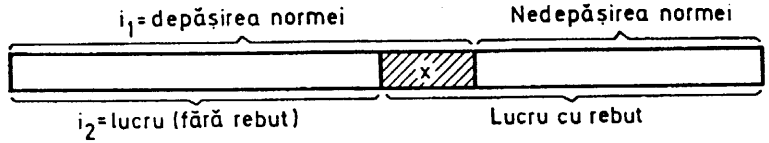


Fig. 2.

Indicatorii reținuți dau un spațiu de nedeterminare X, o categorie despre care nu se poate spune că aparține nici muncitorilor fruntași, nici muncitorilor codași.

Indicatorii definiționali amintiți sînt constituiți în sisteme corespunzătoare multiplelor dimensiuni ale conceptelor. De exemplu, conceptul de „status sociologic", desemnînd locul ocupat de un individ sau de o colectivitate în structura socială, poate fi „descompus" în trei dimensiuni: economică, culturală, politică. Fiecărei dimensiuni i se asociază un număr cît mai mare cu putință de indicatori, conturîndu-se astfel „un spațiu de atribute", un „univers al indicatorilor posibili". Din acest univers sînt reținuți doar indicatorii considerați a fi semnificativi, despre care, pe baza cercetărilor empirice, se știe că au un înalt grad de corelație internă. Dacă, pe baza cercetărilor sociologice empirice se dovedește că toți indicatorii conceptului de status social corelează cu indicatorul „grad de confort al locuinței", atunci acest indicator singur poate fi reținut pentru cercetare (așa a procedat, de exemplu, Stuart Chapin în 1951 pentru măsurarea status-ului social).

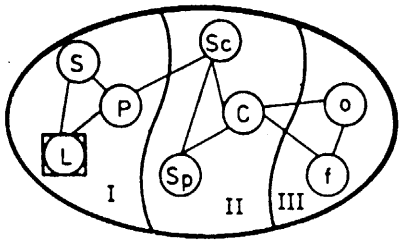


Fig. 3. Conceptul de „status social"
I,II,III — dimensiunile: economică, culturală, politică.
Indicatori: S — salariu; L — locuință; P — profesiune; Șc — școlarizare; Sp — specializare; C — cultură generală; o — membru al organizației politice; f — funcție în organizație.

În mod obișnuit, pentru realizarea investigației sînt reținuți nu unul, ci mai mulți indicatori.

Studiind adaptarea la munca industrială, am considerat că în structura conceptului pot fi diferențiate trei dimensiuni[21]:

I — adaptare la munca în echipă (la structura echipei);
II — adaptare la munca în întreprindere (la structura întreprinderii).
III — adaptare la solicitările muncii industriale (la structura muncii).

Din universul indicatorilor posibili, am inclus în studiul nostru, pentru dimensiunea *I* (adaptare la structura echipei) următorii cinci indicatori.

Dimensiunea I
(Adaptarea la structura echipei)

1. Dorința exprimată de a continua să lucreze în aceeași echipă (într. 21, varianta de răspuns 2).
2. Dorința exprimată de a continua să lucreze cu actualul șef de echipă (într. 24, varianta de răspuns 1).
3. Neprovocarea conflictelor în echipă conform aprecierii șefului de echipă (într. 66, răspuns 5 și 6).
4. Aprecierea actualei structuri a echipei ca fiind optimă (într. 18, răspuns 3).
5. Intenția declarată de a petrece timpul liber împreună cu cei din echipă (într. 60, răspuns 1).

[21] S. CHELCEA, *Adaptarea la munca industrială*, în *Caiete de studii, referate și dezbateri*, Universitatea din București, Laboratorul de sociologie. nr. 9, 1973, p. 28.

Adaptarea la structura întreprinderii *(Dimensiunea a II-a)* poate fi pusă în evidență printr-o serie de indicatori, dintre care i-am luat în considerație pe următorii șapte:

Dimensiunea a II-a
(Adaptarea la structura întreprinderii).

1. Dorința exprimată de a continua să lucreze în aceeași întreprindere (într. 7, răspuns 2).
2. Satisfacție în raport cu sistemul de control (C.T.C.) din întreprindere (într. 11, răspuns 1).
3. Participarea activă la dezbaterile planului de muncă, conform aprecierii șefului de echipă (într. 66, răspuns 5 și 6).
4. Aprecierea actualei structuri a întreprinderii ca fiind optimă (într. 9 și într. 10, răspuns 3).
5. Aprecierea pozitivă dată serviciilor din întreprindere (într. 14, răspuns 4 și 5).
6. Aprecierea programului de lucru ca fiind optim (într. 15, răspuns 1).
7. Emiterea unor propuneri organizatorice pentru a face mai plăcută munca din întreprindere (într. 61, răspuns 1).

În fine, adaptarea la solicitările muncii industriale *(Dimensiunea a III-a)* am considerat că o putem surprinde printr-un sistem de șapte indicatori, alături de care am inclus în cercetare și alți indicatori (doi) pentru a-i testa.

Dimensiunea a III-a (Adaptarea la structura muncii industriale).	1. Aprecierea exprimată ca fiind mai bine să lucrezi în industrie (într. 33, răspuns 1). 2. Dorința exprimată de a-și ridica calificarea (într. 69, răspuns 1). 3. Realizarea sarcinilor de producție, după caracterizarea șefului de echipă (întrebările 65, răspuns 5 și 6; întrebarea 68, răspuns 1 și 2). 4. Aprecierea că munca efectuată nu este obositoare (întrebarea 1, răspuns 2 și 3). 5. Frecvența scăzută a întîrzierilor, după aprecierea șefului de echipă (întrebarea 62, răspuns 5 și 6). 6. Frecvența scăzută a absențelor motivate, după aprecierea șefului de echipă (întrebarea 63, răspuns 5 și 6). 7. Frecvența scăzută a absențelor nemotivate (întrebarea 64, răspuns 5 și 6).

Indicatorii incluși pentru testare sînt:

1. Declararea elementului uman ca fiind responsabil de producerea accidentelor (întrebarea 2, răspuns 1).

2. Aprecierea șefului după calitățile profesionale (întrebarea 25, răspuns 1 și întrebarea 26, răspuns 1 și 3).

Din „universul indicatorilor posibili" am ales un număr de nouă indicatori pe care îi considerăm relevanți, care au constituit în cercetarea noastră „setul de indicatori", în raport cu care au fost clasificați subiecții în două categorii: *adaptați* și *în curs de adaptare*. Această clasifi-

care ne-a permis să analizăm caracteristicile grupului de persoane adaptate și, prin comparație cu întregul eșantion, să stabilim care sînt factorii care influențează, și în ce grad, procesul de adaptare la munca industrială.

Sistemul de indicatori:

1. *Dimensiunea I* Adaptarea la munca în echipă (la structura echipei).	1. Dorința exprimată de a continua să lucreze în aceeași echipă (întrebarea 21, varianta de răspuns nr. 2). 2. Dorința exprimată de a continua să lucreze cu actualul șef de echipă (întrebarea 24, răspuns 1). 3. (Cooperare în cadrul echipei). Lipsa conflictelor după caracterizarea șefului de echipă (într. 66, răspuns 5—6).
2. *Dimensiunea a II-a* Adaptarea la munca în întreprindere (la structura întreprinderii).	4. Dorința exprimată de a continua să lucreze în aceeași întreprindere (întrebarea 7, răspuns 2). 5. Satisfacție în raport cu sistemul de control din întreprindere (într. 11, răspuns 1). 6. Participarea activă la dezbaterile de plan, după caracterizarea șefului de echipă (întrebarea 67, răspuns 6).
3. *Dimensiunea a III-a* Adaptarea la solicitările muncii industriale (la structura muncii).	7. Aprecierea, ca fiind cel mai bine să lucrezi în industrie (întrebarea 33, răspuns 1). 8. Dorința exprimată de a-și ridica calificarea (întrebarea 69, răspuns 1). 9. Realizarea sarcinilor de producție, după caracterizarea șefului de echipă (întrebarea 65, răspuns 5—6 și întrebarea 68, răspuns 1—2).

Clasificarea succesivă a colectivităților în funcție de un singur indicator este diferită. Pentru a obține o clasificare unică, pentru a putea ordona pe o variabilă unidimensională clasele rezultate din combinarea caracteristicilor spațiului de atribuire multidimensional se recurge la construirea indicilor.

Conceptul de *satisfacție în muncă* poate fi măsurat printr-un indice rezultat din sinteza a doi indicatori: atașament față de întreprindere (declară că nu intenționează să părăsească întreprinderea) și satisfacție în raport cu retribuția (se declară mulțumit de retribuția primită). Din acești doi indicatori, cărora le acordăm fie ponderi egale, fie ponderi diferite, rezultă nouă clase: cei mai satisfăcuți, caracterizați prin atașamentul ridicat față de întreprindere și prin satisfacție deplină în raport cu retribuția și, la celălalt pol, cei mai nesatisfăcuți: atașament scăzut față de întreprindere și slabă satisfacție pecuniară. Între aceste două categorii extreme, celelalte clase obținute se ordonează proporțional cu intensitatea satisfacției:

Atașament față de întreprindere

puternic	= 2	*D G I*
mediu	= 1	*B E H*
slab	= 0	*A C F*
		0 1 2

Satisfacție în raport cu retribuția

A	B,C	D,E,F	G,H	I
0	1	2	3	4

Satisfacție în muncă

În construcția indicilor, pot fi puse în evidență trei etape. În prima etapă sînt fixate condițiile în care indicele trebuie să ia valoarea maximă. În etapa a doua se normalizează intervalul de variație, fixîndu-se spațiul de variație fie între 0 și 1, sau 0 și 100, fie între —1 și +1, —100 și +100. Urmează, în ultima etapă, precizarea ordinei valorilor, în interiorul intervalului de variație. Hans Zeisel dă două exemple de construire a unor indici[22], construirea

[22] HANS ZEISEL, *Deux exemples de construction d'indice*, în *Le vocabulaire des sciences sociales. Concepts et indices*, Paris, Mouton Co, 1965, p. 209.

unui indice care să exprime gradul de monopolizare a informațiilor. Fie într-o colectivitate un număr de patru unități (posturi de radio sau ziare) capabile să furnizeze știri. Ele pot fi deloc, parțial sau total conduse de către o singură persoană, pot fi într-una din situațiile prezentate în model:

I	0,0,0,0	I = concurență totală
II	0—0,0—0	II și III = concurență parțială
III	0—0—0,0	IV = monopolizare totală
IV	0—0—0—0	

Pentru situațiile I și IV, indicele trebuie să ia valori minime și, respectiv, maxime. Dacă vom număra pur și simplu unitățile grupate sub o singură conducere, vom obține valori maxime și minime la extremități, dar nu vom putea compara mai multe colectivități între ele, pentru că valoarea 4, de exemplu, într-o colectivitate cu patru unități, are o altă semnificație decît aceeași valoare 4 într-o colectivitate unde există 5 sau 6 unități de difuzare a știrilor.

0—0—0—0 față de 0—0—0—0, 0 sau 0—0—0—0, 0, 0.

Pentru a putea compara între ele colectivitățile caracterizate printr-un număr diferit de unități, trebuie să se normalizeze intervalul de variație. Se stabilește ca maxima indicelui să capete valoarea +1 și minima valoarea 0. Prin încercări succesive, prin ingeniozitate se ajunge la stabilirea unei formule capabile să ordoneze corespunzător valorile în cadrul intervalului de variație. Hans Zeisel propune următoarea formulă a indicelui de monopolizare:

$$i_m = \frac{1}{N}\sqrt{x_1^2 + x_2^2 + \ldots x_n^2},$$

în care:

N este numărul total de unități de difuzare a știrilor existente în comunitate;

$x_1, x_2 \ldots$ numărul unităților în asociere;

n — numărul de asocieri în comunitate

Prin convenție, unitățile de difuzare a știrilor neasociate primesc valoarea 0, nefiind luate în considerație.

Formula propusă exprimă corespunzător, în spațiul 0 pînă la +1, variația valorilor:

$$0-0-0-0 \quad = \frac{1}{4} \times \sqrt{4^2} = 1{,}00$$

$$0-0-0{,}0 \quad = \frac{1}{4} \times \sqrt{3^2} = 0{,}75$$

$$0-0{,}0-0 \quad = \frac{1}{4} \times \sqrt{2^2 \times 2^2} = 0{,}71$$

$$0{,}0{,}0{,}0 \quad = \frac{1}{4} \times \sqrt{0^2} = 0{,}00$$

Celălalt exemplu de construire a unui indice reprezintă o formă desfășurată a expresiei coeficientului de corelație a lui Spearman

$$\left(p = 1 - \frac{6\,d^2}{N(N^2-1)}\right).$$

II. Etapa a doua, *preancheta*, servește la fixarea obiectivelor și constă dintr-o analiză logică amănunțită a ipotezelor posibile, selectîndu-se ipotezele verificabile. În investigarea fenomenelor sociale, așa cum preciza prof. H. H. Stahl, „prima grijă metodologică și cea mai importantă dintre toate, trebuie să fie stabilirea ipotezelor“[23]. W. J. Goode și P. K. Hatt remarcau în lucrarea *Methods in Social Research* că „o anchetă bună poate fi alcătuită pe baza ipotezelor bune... E cu totul neverosimil că s-ar putea elabora o serie de probleme la un nivel bun fără studiul serios al literaturii corespunzătoare, fără cercetarea colegială a problemelor și fără a avea o mare experiență în acest domeniu“[24].

Preancheta urmărește să estimeze cît mai exact atît costul investigației, cît și termenul calendaristic. Mai mult, preancheta trebuie să prevadă dificultățile din teren legate

[23] H. H. STAHL, *Tehnica monografiei sociologice*, București, Editura Institutului social român, 1934, p. 5.

[24] Citat după FREDERICK C. MILLS, *Metode statistice*, trad. rom. p. 147, după *Statisticeskie metodî*, Moskva, Gosudarstvennoe izdatelstvo, 1958.

de desfășurarea investigației (cazarea operatorilor de interviuri, accesul în diferitele unități economico-culturale, obținerea aprobărilor necesare, prezentarea la organele locale ale puterii de stat). În această fază, studierea bibliografiei problemei este foarte importantă. Se înțelege că — pe cît posibil — trebuie cercetate toate lucrările teoretice apărute și consultate toate rapoartele de cercetare (ca și instrumentele folosite). Existența arhivelor pentru cercetări sociologice de teren ușurează sarcina de documentare. În această etapă, interesează nu numai lucrările tipărite, ci și o serie de materiale în manuscris. Adesea poți avea surpriza descoperirii unor autentice monografii în manuscris. Documentele administrative (metricile bisericești, registrele de stare civilă, procesele verbale, dările de seamă etc.), pot furniza ipoteze valoroase pentru cercetare. Inventariate, aceste ipoteze izvorîte dintr-o minuțioasă documentare se cer analizate. Discutarea lor într-un grup de specialiști din diverse domenii poate furniza idei fertile, după cum interviurile nondirective și interviurile de grup cu specialiștii pot spori informația cercetătorului asupra obiectului anchetei.

III. Sinteza datelor obținúte în cursul preanchetei permite trecerea la cea de a treia etapă: *determinarea obiectivelor și formularea explicită a ipotezelor cercetării.* Acum trebuie să se explice scopul și rezultatele ce se prevăd. Studiind adaptarea psiho-socială la munca industrială a tinerilor din mediul rural, scopul a fost acela de a facilita adaptarea și s-a scontat pe elaborarea acelor măsuri organizatorice care să accelereze procesul de adaptare psiho-socială (mărimea echipelor, omogenitatea lor etc.). Formularea ipotezelor, rezultat al unei îndelungate *faze pregătitoare*, de studii și experiențe care „cheamă spontaneitatea“, reprezintă — așa cum sublinia A. Mihu — „o decizie în condiții de incertitudine, cînd nu există informații privind probabilitățile ei de verificare“.

Același autor, în *ABC-ul investigației sociologice*, atrăgea atenția asupra „falsității atît a părerii că în științele socio-umane elementele intuiție, spontaneitate, creativitate, artă, talent nu au nici un domeniu de manifestare (părerea respectivă ia uneori o formă dramatico-absurdă: oricine poate face sociologie), cît și a tezei că în științele socio-umane totul se datorează intuiției (sau inspirației)

și că, prin urmare, efortul de pregătire a nașterii ipotezei este inutil"[25].

Formă specifică a gîndirii științifice, ipoteza dă posibilitatea trecerii de la cunoașterea faptelor la cunoașterea legilor de producere a lor. Așa cum preciza Theodor Caplow „o ipoteză este enunțul unei relații cauzale într-o formă care permite verificarea empirică"[26]. Etimologic termenul de ipoteză derivă de la gr. „hupothêsis" (echivalent al lat. suppositio) desemnînd acțiunea de punere (thesis; v. these) dedesubt (hupo)[27]. Uneori se consideră că termenul de ipoteză ar deriva din gr. „hypo" și „thesis" (poziție)*. Este vorba de o altă transliterație. Prepoziția „hipo" a intrat în vocabularul curent și în terminologia științifică (chimie, medicină etc.) desemnînd un grad mai redus a ceea ce semnifică cuvîntul cu care este asociat. Exemplu: „hiposulfat", „hipoglicemie", „hipotensiune" ș.a.m.d. În această accepțiune este folosit și de către unii sociologi: „Hipo-teză" înseamnă de fapt că e vorba de o „subteză"[28]. Alți sociologi consideră că, etimologic, „ipoteza înseamnă o pre-teză sau anteteză, adică ceea ce este înaintea unei teze"**.

Într-un prim sens, termenul de ipoteză este sinonim cu cel de „principiu", „postulat", „axiomă". Așa este folosit în gîndirea deductivă, unde ipoteza reprezintă propoziția sau ansamblul de propoziții avansate în vederea deducerii consecințelor logice. Și în cercetarea sociologică empirică termenul de ipoteză este folosit cu sensul de axiomă. De exemplu: „Cercetarea a pornit de la ipoteza că raționalitatea economică a cooperatorilor transpare în mai multe împrejurări și atitudini: . . ." sau ipoteza că „nu există *ab initio* indentitate între raționalitatea economică a organizației cooperatiste și raționalitatea economică a indivizilor integrați în organizație".

În procesul inductiv, ipoteza constituie o explicație plauzibilă ce urmează a fi verificată de materialul faptic, putînd fi confirmată sau infirmată parțial sau total (în întregime). Spre deosebire de pozitiviști și de neopozitiviști care, negînd materialitatea lumii și cauzalitatea obiectivă, văd în ipoteză doar o „convenție arbitrară", în gîndirea materialist-dialectică ipoteza se consideră că are un conținut reflectoriu, avînd în același timp o funcție metodologică dar și una de reflectare. Desigur, este vorba de o formă specifică de reflectare, pentru că, pînă la verificarea totală, adevărul reflectat în ipoteză rămîne o probabilitate. Fără îndoială „ipoteza științifică este însă mai mult decît o întrebare. Ea cuprinde și întrebarea, dar totodată și răspunsul, cu explicarea în planul gîndirii a întrebării puse"*. Ca întrebare, ipoteza implică elemente imaginative, fără a fi doar o „combinatorică imaginativă". Stabilirea unor ipoteze depinde, în primul rînd, de nivelul cultural în care se dezvoltă știința, de nivelul la un moment dat al științei, dar și de calitățile personale ale cercetătorului: „Cine nu posedă o anumită intuiție a înlănțuirii cauzale, un instinct de a prevedea și de a percepe ideea în fapte și legea în fenomene, oricare ar fi talentul său de observator, va ajunge foarte rar la o explicație justă"**.

Ca judecată de posibilitate, ipoteza reflectă adevărul, firește cînd sînt îndeplinite condițiile materiale și formale. Pe baza cîtorva cazuri izolate, cineva poate face, de exemplu, enunțul că „dacă bărbații sînt inteligenți, atunci au neveste frumoase". Din punct de vedere formal, acest enunț corespunde deplin normelor de formulare a ipotezelor. Raportarea celor două fenomene „inteligența bărbaților" și „frumusețea nevestelor" este însă hazardată. Nu se bazează nici pe observarea unui număr suficient de fapte, nu pornește nici deductiv de la vreo teorie și nici nu se legitimează pe analogie. Este pur și simplu o „bănuială".

* Vezi: *Micul dicționar filosofic*, Ed. politică, București, 1969; ANDRÉ LALANDE, *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Librairie Felix Alcan, Paris, 1928; GEORG KLAUS, MANFRED BUHR, *Philosophisches Wörterbuch*, VEB, Leipzig, 1969; *Marxistisch-leninistischen Soziologie*, Dietz Verlag, Berlin, 1969.

** MIRON CONSTANTINESCU, *Introducere în sociologie*, Note de curs, București, 1972, p. 165.

[25] ACHIM MIHU, *ABC-ul investigației sociologice*, vol. II, Editura Dacia, Cluj, 1973, p. 241.

[26] TH. CAPLOW, *L'enquête sociologique*, Armand Colin, Paris, 1970, p. 119.

[27] PAUL FOULQUIE, RAYMOND SAINT-JEAN, *Dictionnaire de la langue philosophique*, P.U.F., Paris, 1962.

[28] HENRI H. STAHL, *Teoria și practica investigațiilor sociale*, vol. 1, Ed. științifică, București, 1974, p. 70.

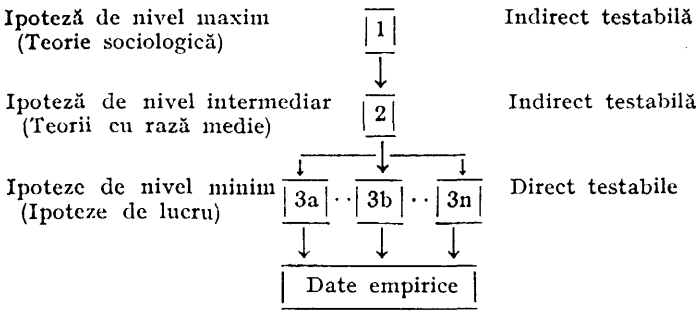
* Vezi ION V. MESAROȘIU, *Logica generală*, Ed. didactică și pedagogică, București, 1971, p. 235.

** Cf. SANTIAGO RAMON Y CAJAL, *Drumul spre știință*, Ed. politică, București, 1967, pp. 134—135.

Ipoteza se deosebește însă de bănuială prin aceea că se sprijină pe numeroase fapte și fenomene constatate și reflectă ordinea necesară nemijlocit observată. Firește, prin aceasta, nu vrem să subestimăm valoarea excepțională a unor „bănuieli de geniu".

De asemenea, ipoteza se deosebește de presupunere, cu toate că de multe ori termenii „ipoteză" și „presupunere" sînt considerați a fi sinonimi. Presupunerea nu urmărește în primul rînd concordanța cu realitatea. Noi spunem: „dacă *X* este adevărat — și presupunem că este — atunci *Y*" De exemplu, în domeniul conducerii, sînt făcute următoarele presupuneri, cunoscute sub numele de „teoria x" și „teoria y" (Douglas McGregor). Conform „teoriei x" se presupune că omul are aversiune față de muncă și încearcă totdeauna să o evite. Dacă acest lucru este adevărat — și presupunem că este, fără a încerca să vedem că este — atunci pentru a-l face să muncească, trebuie să apelăm la amenințarea cu pedeapsa, la constrîngere și control. În „teoria *y*" se presupune dimpotrivă că munca constituie pentru om un element natural, ca și distracția sau odihna. Dacă acest lucru este adevărat — și din nou presupunem că este adevărat — atunci trebuie să înlocuim conducerea cu autoconducerea și controlul cu autocontrolul. În ambele presupuneri nu interesează cît de conforme cu realitatea sînt afirmațiile despre om, dar se urmărește stabilirea cu maximum de exactitate a consecințelor logice care decurg din aceste afirmații. În mod curent, în cercetarea sociologică empirică, în construcția chestionarelor, formulăm diferite presupuneri: „Să presupunem că . . ." și ne referim la ceva foarte puțin probabil. De exemplu, într-o cercetare în mediul industrial, întrebăm muncitorii: „Presupunînd că ați fi puși acum să vă alegeți o meserie, ce meserie ați alege?". Ipoteza, spre deosebire de presupunere, se referă la ceva foarte probabil, tinzînd spre certitudine.

Care sînt căile de stabilire a ipotezelor? În sociologie, deducerea unor ipoteze din teorie pare a fi o cale mai puțin uzitată. Considerînd teoria sociologică ca pe un sistem de ipoteze confirmate cu nivel maxim de generalitate, se pot deduce ipoteze de nivel intermediar, cu rază medie de generalitate și din acestea numeroase ipoteze de lucru direct testabile prin cercetarea empirică. Schematic raporturile dintre cele trei tipuri de ipoteze s-ar putea prezenta astfel*:



Încercînd o exemplificare a schemei propuse putem considera enunțul: „Toate societățile au structură socială" ca ipoteză cu cel mai înalt grad de generalitate. Din ea se pot deduce ipoteze intermediare cu privire la existența grupurilor umane de apartenență și de referință (ipoteze cu nivel intermediar — teorii cu rază medie). În cercetare, aceste ipoteze nu pot fi testate direct, ci doar prin intermediul unor ipoteze de lucru deduse din ele: „studenții adoptă valorile și normele sociale ale cadrelor didactice"; „muncitorii fruntași manifestă un comportament profesional asemănător cu cel al tehnicienilor" ș.a.m.d. Numai prin intermediul unor astfel de ipoteze de lucru, de nivel minim, pot fi testate ipotezele de nivel intermediar și ipotezele de nivel maxim (teoriile cu rang mediu și teoriile propriu-zise), pentru că numai ipotezele de lucru vizează proprietăți și relații ce pot fi determinate empiric.

Experiența zilnică, saturată de literatura științifică, ca și analiza datelor adunate pentru alte scopuri și cercetări constituie o a doua cale de stabilire a ipotezelor. Observînd faptele și fenomenele sociale se descopere anumite regularități; analizînd datele statistice: totaluri, procente, medii, mediane etc. putem avea intuiția unor raporturi, a unor ipoteze. Așa cum sublinia Julian L. Simon „știm mai multe despre lume atunci cînd am stabilit un raport între două variabile"**. În evaluarea legăturilor, a raporturilor trebuie pornit de la ceea ce este „evident cu ochiul

* Cf. RADU J. BOGDAN, AURORA MILCOVEANU, *Logică pe înțelesul tuturor*, Editura Enciclopedică Română, București, 1974, p. 191.

** JULIAN L. SIMON, *Basic Research Methods in Social Science*, Random House, New York, 1969, p. 341.

liber", căutînd diferențele „care strigă", nu cele „care șoptesc".

În afara deducției din teorie (ipoteze de nivel maxim confirmate) și a stabilirii ipotezelor pe baza experienței personale a cercetătorului — așa cum se știe — analogiile constituie o sursă fertilă pentru noi ipoteze. Astfel, o bună parte din ipotezele ecologiei umane sînt aplicații prin analogie ale teoriei mediului din lumea plantelor și a animalelor. La fel, pot fi recunoscute analogiile dintre unele ipoteze sociologice și o serie de teorii din biologie, fizică, chimie (teoria cîmpului, societatea ca organism, atomul social ș.a.m.d.).

Conform tipologiei propusă de William J. Goode și Paul K. Hatt*, ipotezele sociologice pot viza descoperirea unor uniformități empirice. Acest prim tip de ipoteze au o valoare mai redusă, nu-și propun să surprindă legitatea producerii fenomenelor. Deși se urmărește verificarea unor ipoteze, prin astfel de cercetări, nu se ajunge la explicarea fenomenelor; se constată doar o anumită regularitate în apariția acestora. Pornind de la uniformitățile empirice se poate formula un al doilea tip de ipoteze care vizează testarea existenței relațiilor derivate logic dintre aceste uniformități. De exemplu cercetările asupra grupurilor minoritare au relevat o anumită uniformitate în comportamentul membrilor aparținînd diferitelor grupuri minoritare. Analiza logică a dus la construirea unui „tip ideal" („tip ideal" — pentru că este o construcție logică) denumit de H. A. Miller „oppression psychosis" și mai apoi „marginal man" (E. W. Stonequist și alții). Cel de al treilea tip de ipoteze, asupra căruia vom stărui în continuare, prin analiză logică, vizează testarea relațiilor dintre variabilele analitice. Aceste ipoteze urmăresc să verifice relațiile dintre schimbarea caracteristicilor unei sau mai multor variabile și schimbarea caracteristicilor altei sau altor variabile.

De orice tip ar fi ipotezele, redarea explicită a lor este o cerință obligatorie a oricărui raport de cercetare sau articol care pornește de la o investigare empirică. În formulare, ipotezele trebuie să fie corecte din punct de vedere logic și să utilizeze concepte clare. O astfel de formulare:

* Cf. WILLIAM J. GOODE, PAUL K. HATT, *Methods in Social Research*, McGraw-Hill Book Company, New York, 1952, p. 59.

„Ca ipoteză directă de lucru am considerat că este de așteptat ca departajarea muncitorilor după vechimea ca muncitor să se coreleze direct cu o diferențiere a lor în raport cu modul de îndeplinire a normei" nu este deloc clară. Ce se înțelege prin „corelație directă"? Dar prin „mod de îndeplinire a normei"? Cantitate, calitate, trăiri psihice?! Și mai puțin riguroasă mi se pare o altă ipoteză de lucru întîlnită într-o altă revistă de specialitate: „corelațiile dintre cele patru nivele sînt influențate de o serie de factori, dintre care mai importanți sînt: vechimea, calificarea, ramura economică, vîrsta, cîștigul, nivelul de instruire etc." Șochează aici imprecizia marcată în primul rînd prin introducerea lui „etcaetera" printre „factorii cei mai importanți". În al doilea rînd, termenul a „influența" spune prea puțin despre relația dintre factorii puși în legătură. Nu ni se spune în ipoteză *cum* se consideră că influențează: prezența unui factor antrenează prezența celui de al doilea sau absența lui? Este modificată valoarea lui sau este diminuată? A spune că: „*P* îl influențează pe Q" înseamnă a spune: $P \rightarrow (Q \vee \bar{Q})$, ceea ce este o tautologie, pentru că expresia ia totdeauna valoare de adevăr indiferent de valorile lui *P* și Q. De exemplu: „vechimea în muncă" influențează „îndeplinirea normei". Un astfel de enunț nu spune nimic despre realitate, pentru că termenul „influențează" poate să însemne și „neîndeplinirea" și „îndeplinirea normei de producție".

În formularea ipotezelor care urmăresc testarea relației dintre variabile trebuie să se precizeze ce fel de legătură considerăm că există între fenomene: de prezență și absență sau de modificare a caracteristicilor? Deci, termenii unei astfel de ipoteze nu pot fi alții decît: „dacă ... atunci" sau „cu cît ... cu atît". De exemplu: „Dacă două grupuri umane sînt în conflict, atunci coeziunea dintre membrii fiecărui grup este ridicată". O astfel de ipoteză este corect formulată. La fel, este corect formulată și ipoteza: „cu cît matinalitatea orarelor este mai mare, cu atît stocul acțiunilor este, prin natura lor, mai redus".

Din punct de vedere logic, ipotezele care verifică raporturile dintre variabilele empirice sînt implicații materiale. Prin ipoteză „se enunță un raport de implicație între două fapte"*. Ca funcție logică, implicația ia valoarea *F* (fals)

* Cf. ANDRÉ LALANDE, *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Felix Alcan, Paris, 1928.

numai atunci cînd antecedentul este W (adevărat) și consecventul F (fals).

	P	Q	$P \rightarrow Q$
1	W	W	W
2	W	F	F
3	F	W	W
4	F	F	W

Matricea implicației

Acest lucru este important pentru cercetarea empirică, pentru că, împotriva „simțului comun", negarea ipotezei (a implicației) nu se face prin afirmarea altei ipoteze (implicații), ci printr-o conjuncție. De exemplu: negarea ipotezei că „dacă oamenii au un statut social incongruent, atunci au tendința de a vota pentru partidele de dreapta" nu se face prin confirmarea ipotezei că „dacă oamenii au un statut social congruent (non-incongruent), atunci au tendința de a vota pentru partidele de dreapta", ci prin demonstrarea faptului că: „oamenii care au status-uri sociale incongruente nu votează pentru partidele de dreapta", adică: antecedentul adevărat și consecventul fals. La nivelul simțului comun, pentru că se confundă implicația cu deducția, par foarte ciudate caracteristicile implicației: falsul implică orice (liniile 3 și 4) și adevărul este implicat de orice (liniile 1 și 3). Acest lucru este posibil pentru că subiectul antecedentului nu este înrudit cu cel al consecventului. Implicația afirmă doar ce se întîmplă cînd antecedentul este adevărat. Referitor la exemplul dat, ni se spune doar cum vor vota oamenii care au status-uri sociale incongruente; nu ni se spune nimic despre cei care nu au status-uri incongruente. Pentru aceasta ambele implicații pot fi adevărate în același timp. La fel poate fi interpretat și titlul unui film de succes: „Dacă e marți, e Belgia". Turistul american, străbătînd Europa, nu stabilea în ce țară se află luînd în considerație portul popular, monumentele istorice, localitățile vizitate, ci concordanța dintre zilele săptămînii și programul excursiei. Implicația: „dacă e marți, e Belgia" este adevărată și în cazul în care „e luni și e Anglia" și în cazul în care „e joi și e tot

Belgia", programul excursiei săptămînale putînd fi: 1 zi Anglia, 3 zile Belgia, 1 zi Italia, 1 zi Grecia. Între sfera antecedentului și sfera consecventului — evident — aici nu există o relație de incluziune și deci falsul poate implica adevăr.

Referitor la cercetarea sociologică empirică, Madelein Grawitz precizează că o ipoteză este validă dacă îndeplinește următoarele trei condiții: să fie verificabilă, adică să utilizeze concepte științifice și să se bazeze pe observarea faptelor reale; să fie specifică, adică să aibă un înalt conținut informațional; și, în fine, să fie în conformitate cu conținutul actual al cunoștințelor științifice din respectivul domeniu*. Aplicarea logicii moderne în analiza ipotezelor constituie o modalitate prețioasă de stabilire a specificității ipotezelor, putîndu-se măsura conținutul informativ al acestora. Pornind de la lucrarea lui Karl Popper *„The Logic of Scientific Discovery"* (1934), Karl Dieter Opp propune o astfel de analiză: După Karl-Dieter Opp**, conținutul informativ al unei propoziții este dat de numărul situațiilor în care propoziția este falsă, pentru că o propoziție ne spune mai mult despre realitate dacă pe baza ei putem exclude mai multe moduri ale realității. Conform tabelelor de adevăr, a matricelor, putem afirma că propoziția complexă avînd functor conjuncția are cel mai înalt conținut informativ, pentru că ea exclude trei din cele patru moduri ale realității cînd sînt puse în relație doar două variabile și are spațiu de joc egal cu unu. Spațiul de joc al unei propoziții este dat de numărul cazurilor în care propoziția este adevărată.

P	Q	$P \rightarrow Q$	$P \leftrightarrow Q$	$P \cdot Q$	$P \vee Q$
		implicație	*echivalență*	*conjuncție*	*disjuncție*
W	W	W	W	W	W
W	F	F	F	F	W
F	W	W	F	F	W
F	F	W	W	F	F

Tabela de adevăr (matricea)

* Cf. MADELEIN GRAWITZ, *Méthodes des sciences sociales*, Dalloz, 1972, p. 354.

** KARL-DIETER OPP, *Metodologie der Sozialwissenschaften*, Rowohlt, Hamburg, 1970, p. 166.

Pe baza tabelei de adevăr putem compara conținutul informativ al propozițiilor complexe avînd drept conective implicația, conjuncția și echivalența sau conjuncția și disjuncția. O propoziție T are un conținut informativ mai înalt decît altă propoziție S, dacă conținutul informațional al propoziției S este inclus în T. Propozițiile complexe constituite prin implicație și disjuncție nu pot fi comparate între ele pentru că nu sînt cuprinse în aceeași clasă de valori. La fel și disjuncția și echivalența. Putem spune deci că în ceea ce privește conținutul informativ:

conjuncția > echivalența > implicația
conjuncția > implicația
conjuncția > disjuncția

Compararea conținutului informativ al propozițiilor complexe poate fi aplicată în analiza valorii informaționale a ipotezelor care își propun să testeze relațiile nu numai între două variabile, ci dintre mai multe variabile. Exemplu: s-a constatat că persoanele cu statut social incongruent votează atît pentru partidele de dreapta cît și pentru partidele de stînga. A spune că „persoanele cu statut social incongruent votează pentru partidele de dreapta sau nu votează pentru ele este o tautologie. În astfel de situații, se pune problema modificării componentei „dacă" pentru ca întreaga expresie să nu mai aibă conținut informativ nul. În ce condiții persoanele cu statut social incongruent votează pentru partidele de dreapta? Probabil în cazul în care ele au și o „atitudine autoritaristă". Formulăm atunci ipoteza:

$$(P.Q) \rightarrow R \text{ și } (P.\overline{Q}) \rightarrow R,$$

unde:

P = df. Persoane cu statut social incongruent
Q = df. Persoane cu atitudine autoritaristă
R = df. Persoane care votează pentru partidele de dreapta

Sînt alte situații în care este necesar să modificăm conținutul componentei „atunci". Cum se schimbă însă conținutul informativ al propoziției complexe prin schimbarea conținutului componentelor „dacă" și „atunci"? Să luăm un exemplu. Fie:

P = df. Muncitorul X are o înaltă calificare.
Q = df. Muncitorul X este satisfăcut de munca pe care o face.
R = df. Muncitorul X depășește norma de producție.

Putem combina cele trei variabile în mai multe feluri, formînd pe rînd ipotezele:

1. $P \rightarrow (Q \vee R)$
2. $P \rightarrow (Q.R)$
3. $(P \vee Q) \rightarrow R$
4. $(P.Q) \rightarrow R$

Construind matricea expresiilor putem compara conținutul informativ al fiecăreia dintre ipotezele formulate.

P	Q	R	$P \rightarrow (Q \vee R)$	$P \rightarrow (Q \cdot R)$	$(P \vee Q) \rightarrow R$	$(P \cdot Q) \rightarrow R$
W	W	W	W W W	W W W	W W W	W W W
W	W	F	W W W	W F F	W F F	W F F
W	F	W	W W W	W F F	W W W	F W W
W	F	F	W F F	W F F	W F F	F W F
F	W	W	F W W	F W W	W W W	F W W
F	W	F	F W W	F W F	W F F	F W F
F	F	W	F W W	F W F	F W W	F W W
F	F	W	F W W	F W F	F W F	F W W

Matricea implicației (ipotezei)

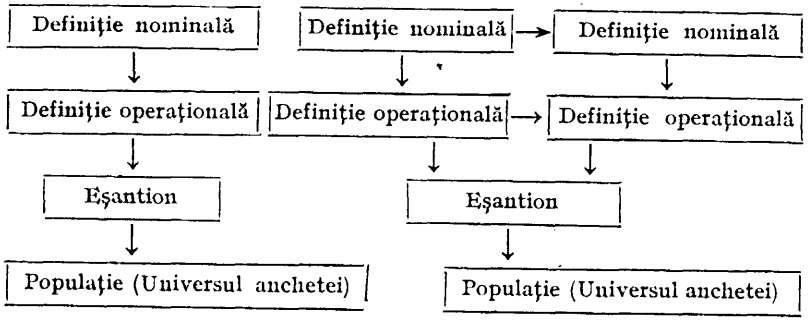
Pe baza matricei din tabelul de mai sus putem spune că ridicînd (scăzînd) conținutul informațional al componentei „atunci" și menținînd constant conținutul informativ al componentei „dacă", conținutul informativ crește (scade) pentru întreaga expresie (ipoteză). Ipoteza: „dacă muncitorii au calificare înaltă, atunci ei sînt satisfăcuți de munca pe care o fac și depășesc norma de producție" este mai specifică decît ipoteza: „dacă muncitorii au calificare înaltă, atunci ei sînt satisfăcuți de munca pe care o fac sau depășesc norma de producție". La fel, se poate spune că ridicînd (scăzînd) conținutul informa-

tiv al componentei „dacă" și menținînd constant conținutul componentei „atunci", conținutul informativ al ipotezei scade (crește). Ipoteza: „dacă muncitorii au o calificare înaltă și sînt satisfăcuți de munca lor, atunci depășesc norma" are un conținut informativ mai scăzut decît ipoteza: „dacă muncitorii au o calificare înaltă sau sînt satisfăcuți de munca lor, atunci depășesc norma". În primul caz componenta „dacă" este mai restrictivă și domeniul ei de aplicare este mai redus.

Referitor la conținutul informativ al ipotezelor „cu cît ... cu atît", Karl-Dieter Opp precizează că acesta este mai redus decît conținutul informativ al ipotezelor „dacă ... atunci". Ipotezele „cu cît ... cu atît" sînt relativ nespecifice: ele nu arată nici gradul relativ al schimbării variabilelor și nici valoarea lor absolută. Ipoteza: „Cu cît nivelul de școlaritate este mai înalt, cu atît productivitatea este mai înaltă", în cazul confirmării, nu precizează nici care va fi sporul relativ al productivității în cazul ridicării nivelului școlarității de la 8 la 10 clase și nici valoarea absolută a acestei productivități. Interesant este și faptul că adăugînd componentei „cu cît" caracteristici suplimentare, conținutul informativ al întregii expresii nu se modifică. Într-adevăr, adăugînd la ipoteza anterioară o nouă caracteristică nu se înregistrează nici o modificare a conținutului. Spunînd: „cu cît nivelul de școlaritate este mai înalt și cu cît gradul de automatizare a producției este mai ridicat, cu atît productivitatea este mai înaltă" nu precizăm nimic în plus referitor la valoarea absolută și relativă a caracteristicilor (variabilelor) puse în relație.

Modificarea componentelor „dacă" și „atunci" ca și a componentelor „cu cît" și „cu atît" antrenează schimbarea strategiilor de testare a ipotezelor.

Fără îndoială că formularea unor ipoteze foarte generale nu permite testarea directă printr-o cercetare empirică. Tentația formulării unor astfel de ipoteze este specifică cercetătorilor fără prea multă experiență. Formarea ca cercetător impune parcurgerea unor stadii: de la investigațiile microsociologice la cele macrosociologice, de la cercetările care se limitează la cuantificarea distribuției fenomenelor (cercetări descriptive) la cercetările care vizează testarea relației dintre diferitele variabile (cercetări explicative). Schemele cercetărilor sociologice descriptive și explicative sînt următoarele:



Schemele cercetărilor sociologice a) *descriptive*; b) *explicative* (după H. Zetterberg)

IV. În etapa a IV-a se determină *universul anchetei*, populația care va fi investigată. Preluat din psihologia animală și din ecologie, termenul de „univers", referitor la investigația fenomenelor sociale, nu mai desemnează „lumea particulară a fiecărei specii animale în parte" (von Uexküll), ci colectivitatea, populația care îl interesează pe cercetător, asupra căreia va extinde rezultatele investigației sale. Pentru a desprinde concluzii privind adaptarea psiho-socială la munca industrială a tineretului din mediul rural vom avea în vedere toată populația țării în vîrstă de la 17 la 24 de ani care locuiește în mediul rural și muncește în urban, în industrie? Facem abstracție de cei care locuiesc temporar în oraș (la căminele muncitorești, la gazdă etc.)? Dar tinerii din mediul rural, care lucrează în diferite unități industriale implantate la sate, sînt și ei exceptați? Și apoi, forțele științifice, planul calendaristic, resursele materiale permit o astfel de extensie? Nu este posibil să restrîngem zona? De la caz la caz, universul anchetei va fi mai mult sau mai puțin lărgit.

V. Odată universul anchetei stabilit, se trece la *alcătuirea eșantionului*. Mai întîi, trebuie văzut care este unitatea de eșantionare cea mai adecvată: întreprinderea, echipa, muncitorul? Trebuie văzut apoi care anume cadre de eșantionare ne sînt disponibile: listele nominale cu anga-

jații din întreprindere, registrele de prezență, statele de plată? De regulă, acestea din urmă prezintă cea mai mare garanție. Pornind de la ele putem stabili eșantionul. Se pune însă problema mărimii eșantionului pentru a obține o exactitate convenabilă (raportată și la posibilitățile materiale de care dispunem). Se admit erori de 4—6%, ceea ce permite să se lucreze cu eșantioane de 500 pînă la 2 000 de persoane. Jean Stoetzel, calculînd tabelul probabilităților de eroare, arată că șansa de eroare nu depinde de raportul dintre mărimea eșantionului și universul anchetei (populația cercetată), ci numai de tehnica de eșantionare și de volumul eșantionului.

George Gallup arată că probabilitatea de eroare a unui eșantion național, pentru S.U.A., în mărime de numai 100 de persoane, este de 15%; un eșantion reprezentativ de 900 de persoane are probabilitatea de eroare de 5%, iar un eșantion de 10 000 de persoane prezintă o probabilitate de eroare de 1,5%.

P. R. Hofstätter calculează probabilitatea de eroare după formula:

$$o_p = \sqrt{\frac{p \times q}{n}},$$

unde:

p	reprezintă	procentul celor care exprimă o anumită opinie;
q	—	$100 - p$;
n	—	mărimea eșantionului.

Conform acestei formule de calcul, dacă dintr-un eșantion de 2 400 de persoane, 960 (40%) exprimă opinia A, probabilitatea de eroare este $\sqrt{\frac{40 \times 60}{2400}} = \pm 1$, adică este probabil ca cei care afirmă opinia A să reprezinte între 39 și 41% din universul anchetei.

Unele analize au pus în evidență faptul că se obțin rezultate aproximativ identice (abateri de 1%) cînd se lucrează cu eșantioane reprezentative de 1 327 de persoane sau de 12 494 de persoane (este vorba de sondajele realizate în 1944 de către Institutul Gallup asupra prohibiției).

Din cele arătate mai sus rezultă că nu interesează cît la sută reprezintă eșantionul din populația pe care vrem să o investigăm, deși foarte adesea — în mod greșit — se argumentează că eșantionul reprezintă 10% sau 5% din totalul populației, ci mărimea lui.

Prof. Gabriel-R. Chevry, autoritate recunoscută în domeniul statisticii, subliniază că „precizia rezultatelor unui sondaj depinde în mare măsură de mărimea eșantionului"[29], care poate fi stabilită prin transformarea formulei de calcul a erorii-limită.

Volumul eșantionului, în cazul selecției repetate, pentru *caracteristica nealternativă* este dat de formula[30]:

$$n = \frac{t^2 \tau_0^2}{\Delta^2 x}$$

iar pentru *caracteristica alternativă*:

$$n = \frac{t^2 p\ (1 - p)}{\Delta_w^2}$$

unde:

τ_0^2	reprezintă dispersia colectivității generale;
t	este coeficientul de probabilitate;
Δx și respectiv Δw	reprezintă mărimea erorii-limită.

În sensul cel mai general, eșantionul reprezintă o parte dintr-un tot, care permite, prin studierea sa, cunoașterea întregului. Se obișnuiește, în mod curent, să se ia un eșantion dintr-o țesătură, dintr-o substanță pentru a se face referiri asupra întregului. Nu este nevoie să deșerți sacul cu grîu pentru a vedea cîtă neghină cuprinde; este suficient să scoți la întîmplare, după ce l-ai amestecat, un pumn, doi de grîu și pe această bază să estimezi proporția grîu/neghină. Metodele de eșantionare s-au dezvoltat continuu prin includerea calculului de probabilitate în selecția unităților statistice dintr-un univers, a elementelor dintr-un ansamblu, a indivizilor din cadrul unei populații.

[29] GABRIEL-R. CHEVRY, *Pratique des enquêtes statistiques*, Paris, P.U.F., 1962, p. 87.

[30] Vezi M. BIJI și I. STOICHIȚĂ, *Metoda selectivă în cercetarea statistică*, Editura științifică, București, 1957 și AL. BĂRBAT, *Teoria statisticii sociale*, E.D.P., București, 1972.

Metoda probabilistică de eşantionare presupune în practică:

— existenţa unei baze de eşantionaj, o listă a tuturor unităţilor statistice (indivizi, gospodării etc.);
— numerotarea reală sau fictivă a acestor unităţi;
— tragerea la sorţi a unităţilor de investigat sau aplicarea seriilor de numere aleatoare.

În prezent sînt utilizate pentru stabilirea unităţilor de observaţie (indivizi, familii etc.) care să fie incluse în eşantion *tabele de numere aleatoare*, în care sînt cuprinse numere între 1 şi 10 000 sau 100 000 aşezate la întîmplare din orice parte s-ar privi tabelul. Mai cunoscute sînt *tabelele de numere aleatoare* elaborate de:

— *Tippett*, care cuprind 26 de tabele a cîte 400 de numere de 4 cifre, permiţînd extragerea numerelor cuprinse între 1 şi 10 000;
— *Fisher* şi *Yates*, constînd din 6 tabele cu 1 250 de numere a cîte 2 cifre;
— *Kendall şi Barbington Smith*, cu numere de cîte 5 cifre;
— *H. Burke Horton*, cu numere de cîte 6 cifre;
— *Rand Corporation*, cuprinzînd 20 000 de numere aleatoare de cîte 5 cifre, ceea ce permite extragerea numerelor întîmplătoare pînă la 100 000.

Reproducem, după F. Mills, pagina a 5-a a tabelei de 105 000 numere întîmplătoare întocmită de H. Burke Horton şi R. Tynes Smith. (Vezi *Tabelul* de la p. 63.)

Să presupunem că urmează să chestionăm un număr de 452 de persoane dintr-o colectivitate care numără 3 112 de persoane. Unităţile eşantionului (persoanele intervievate) vor fi purtătoare (fictive) ale numerelor de la 1 la 3 112. Pentru a forma eşantionul trebuie folosite numere formate cel mult din 4 cifre, care să nu fie însă mai mari decît 3 112. La întîmplare, se va alege una din cele 8 coloane ale tabelului şi se vor selecta numerele cu începere de pe un rînd luat şi el la întîmplare. Dacă a fost aleasă coloana a 2-a şi rîndul 5, atunci primul număr întîmplător va fi 1 339 (reprezentînd ultimele 4 cifre ale numărului înscris în coloană), apoi 2 182. Următorul număr de 4 cifre este 4 789. Fiind însă mai mare decît volumul anchetei

NUMERE ÎNTÎMPLĂTOARE

Seria	1	2	3	4	5	6	7	8
1	78994	36244	02673	25475	84953	61793	50243	63423
2	04909	58485	70786	93930	34880	73059	06823	80257
3	46582	73570	33004	51795	86477	46736	60460	70345
4	29242	89792	88634	60285	07190	07795	27011	85941
5	68104	81339	97090	20601	78940	20228	22803	96070
6	17156	02182	82504	19880	93747	80910	78260	25136
7	50711	94789	07171	02103	99057	98775	37997	18325
8	39449	52409	75095	77720	39729	03205	09313	43545
9	75629	82729	76916	72657	58992	32576	01154	84890
10	01020	55151	36132	51971	32155	60735	64867	35424
11	08337	89989	24290	08618	66798	25889	52860	57375
12	76829	47229	19706	30094	69430	92399	98749	22081
13	39708	30641	21267	56501	95182	72442	21445	17276
14	89836	55817	56747	75195	06818	83043	47403	58266
15	25903	61370	66081	54076	67442	52964	23823	02718
16	71345	03422	01015	68025	19703	77313	04555	83425
17	61454	92263	14647	08473	34124	10740	40839	05620
18	80376	08909	30470	40200	46558	61742	11643	92121
19	45144	54373	05505	90074	24783	86299	20900	15144
20	12191	88527	58852	51175	11534	87218	04876	85584
21	62936	59220	73957	35969	21598	47287	39394	08778
22	31588	96798	43668	12611	01714	77266	55079	24690
23	20787	96048	84726	17512	39450	43618	30629	24356
24	45603	00745	84635	43079	52724	14262	05750	89373
25	31606	64782	34027	56734	09365	20008	93559	78384
26	10452	33074	76718	99556	16026	00013	78411	95107
27	37016	64633	67301	50949	91298	74968	73631	57397
28	66725	97865	25409	37498	00816	99262	04471	10232
29	07380	74438	82120	17890	40963	55757	13492	68294
30	71621	57688	58256	47702	74724	89419	08025	68519
31	03466	13263	23917	20417	11315	52805	33072	07723
32	12692	32931	97387	34822	53775	91674	76549	37635
33	52192	30941	44998	17833	94563	23062	95725	38463
34	56691	72529	66063	73570	86860	68125	40436	31303
35	74952	43041	58869	15677	78598	43520	97521	83248
36	18752	43693	32867	53017	22661	39610	03796	02622
37	61691	04944	43111	28325	82319	65589	66048	98498
38	49197	63948	38947	60207	70667	39843	60607	15328
39	19436	87291	71684	74859	76501	93456	95714	92518
40	39143	64893	14606	13543	09621	68301	69817	52140
41	82244	67549	76491	09761	74494	91307	64222	66592
42	55847	56155	42878	23708	97999	40131	52360	90398
43	94095	95970	07826	25991	37584	56966	68623	83454
44	11751	69469	25521	44097	07511	86976	30122	67542
45	69902	08995	27821	11758	64989	61902	32121	28165
46	21850	25352	25556	92161	23592	43294	10479	37879
47	75850	46992	25165	55906	62339	88958	91717	15756
48	29648	22086	42581	85677	70251	39641	65786	80689
49	82740	28443	42734	25518	82327	35825	90188	32911
50	36842	42093	52075	83926	42875	71500	69216	01350

(3 112), se trece peste el și se include numărul următor 2 409, apoi 2 729 ș.a.m.d., pînă cînd sînt selectate 452 de numere, respectiv unități de observație.

În lipsa tabelelor cu numere aleatoare, se procedează la o *selecție sistematică*, după formula:

$$\frac{N}{n-1}$$

unde:

N reprezintă populația (universul anchetei);
n — volumul eșantionului

Dacă dintr-o localitate, numărînd 10 526 de gospodării trebuie cuprinse în eșantion 526 de gospodării, aplicînd formula de selecție sistematică aflăm *pasul de numărare* (statistic): $\frac{10\,526}{526-1} = \frac{10\,526}{525} = 20$, rest 26. Se va începe selecția de la numărul 26, urmînd apoi 26+20=46, apoi, 66, 86, 106, 126 ș.a.m.d.

Aplicarea metodelor probabiliste de eșantionare impune existența unei baze de sondaj convenabile (liste electorale, liste de abonați radio, gaz-electricitate etc.). Chiar dacă în unele țări există fișiere pentru populație, chiar dacă există obligația de înregistrare în fișele de evidență a tuturor schimbărilor survenite, documentele care servesc drept bază pentru eșantionare nu sînt niciodată perfecte.

În investigarea fenomenelor sociale, eșantionul este reproducerea la scară a structurii universului anchetei, este modelul redus, macheta dătătoare de seamă pentru ansamblu. Eșantionarea aleatoare simplă sau stratificată, eșantionarea multifazică sau panel necesită solide cunoștințe matematice. Fără a permite estimarea exactă a erorilor de eșantionare, eșantionarea pe cote, convenabilă din punct de vedere organizatoric și al costului ei redus, este la îndemîna oricărui cercetător.

Eșantionarea pe cote presupune:

— construirea unui model (machete) a populației de investigat;

— repartizarea fiecărui anchetator a unui număr de persoane ce urmează a fi interogate, o „cotă".

„Proporția persoanelor interogate din fiecare categorie, raportată la numărul total al eșantionului, reproduce cît se poate de exact proporția lor în ansamblul populației în care se face sondajul"[31].

În cercetările noastre, efectuate la C.I.L. Pitești, în cadrul campaniilor de vară (1970—1971) ale secției de sociologie de la Universitatea din București, am utilizat un astfel de eșantion, conștienți fiind că studenții-operatori de anchete vor putea realiza reprezentativitatea în cadrul grupurilor pe cote. Ne-am bazat, în aceste cercetări, pe etica profesională a studenților, înlocuind controlul plasării convenabile a celor anchetați prin autocontrol. Avem convingerea că nu am greșit: formarea viitorilor specialiști trebuie făcută într-un climat de încredere. În plus, munca fiecărui student — operator de anchetă — nu era decît foarte larg normată. Credem că eșantionarea pe cote este cea mai indicată în cadrul investigațiilor cu studenții practicieni. Pe de o parte, studenții înțeleg necesitatea respectării instrucțiunilor de distribuție în cadrul grupelor, pe de altă parte, ei au posibilitatea de apreciere mai exactă a vîrstei, mediului de rezidență și a nivelului de școlaritate etc. al celor ce urmează să fie chestionați.

Să presupunem că în întreprinderea care ne interesează există cinci secții: *P.F.L., Binale, Mobilă, Cherestea, Placaj*, totalizînd un număr mediu scriptic de 6 000 de muncitori*. De la serviciul plan sau organizarea muncii aflăm repartiția lor pe secții:

P.F.L.	= 500
Binale	= 1 000
Mobilă	= 2 000
Cherestea	= 1 500
Placaj	= 1 000

Din statul de salarii depistăm numărul bărbaților și al femeilor: (total: 5 000 de bărbați și 1 000 de femei). Stabilim și repartiția acestora în cadrul secțiilor. De la serviciul social al întreprinderii luăm lista abonamentelor C.F.R. și I.T.A. ca și convențiile de transport la zi, pe secții, din care, de asemenea, stabilim numărul bărbaților

[31] MAURICE DUVERGER, *Méthodes des sciences sociales*, Paris, P.U.F., 1961, p. 173.

* Cifrele sînt rotunjite și nu concordă cu situația existentă la C.I.L.-Pitești; am oferit numai un model de construire a unui eșantion pe cote.

și al femeilor navetiste. Avem, așadar, rapid posibilitatea obținerii unor date convenabile pentru cele trei criterii de cote pe care le-am ales. Aceștia sînt factorii de stratificare ușor de depistat din registrele oricărei întreprinderi. Factorul vîrstă, universal în investigarea fenomenelor sociale, este mai greu de pus în evidență. Pentru a reduce distorsiunea rezultatelor, am indicat studenților-operatori de anchetă să aleagă pentru chestionare persoane cît mai variate ca vîrstă. Teoretic, există posibilitatea ca în cadrul grupului de muncitori navetiști de la secția *Binale* (de exemplu) cei mai mulți să fi fost în vîrstă de pînă la 30 de ani și deci să nu se fi respectat structura de vîrstă a acestui grup. Este o limită a metodei.

Avînd la dispoziție două săptămîni pentru aplicarea chestionarului și beneficiind de aportul a 15 operatori de anchetă, corelat cu faptul că pentru fiecare interviu erau necesare circa 20 de minute, am stabilit să se realizeze 3—5 chestionare pe zi/om. Aceasta înseamnă că ne-am decis să lucrăm un eșantion de 600 de persoane și că după criteriile de cote urma să construim o machetă redusă la scara de 1/10. Studenții-operatori de anchetă împărțiți pe secții aveau libertatea în primele zile să facă interviuri, la întîmplare, respectîndu-se doar recomandarea ca, din punct de vedere al vîrstei, subiecții să fie diferiți. Zilnic, chestionarele completate erau clasificate după criteriile de cote: secții, sex, localitate de rezidență. Se operau modificări în tabele. Dacă inițial erau de realizat, pe criterii independente: secții, sexe și loc de rezidență, după cum urmează:

Secții		*Sex*		*Loc de rezidență*	
P.F.L.	50	Bărbați	500	Orașe	400
Binale	100				
Mobilă	200	Femei	100	Sat	200
Cherestea	150	Total	600	Total	600
Placaj	100				
Total	600				

după două zile de investigații urmau să mai fie chestionați, pe secții, astfel:

Secții	
P.F.L.	40
Binale	84
Mobilă	160
Cherestea	122
Placaj	79
Total	485

La fel, se urmărea proporționalitatea efectuării interviurilor cu subiecții bărbați localnici sau navetiști, cu femei localnice sau navetiste. Se înțelege că procedeul criteriilor independente este mai lesnicios pentru operatori, dar sursele de asigurare a unei reprezentativități a eșantionului sînt mult diminuate. Am optat pentru procedeul criteriilor intercorelate.

Secții	*Locul de rezidență*	*Oraș*		*Sat*		*Total*
	Sex	*Bărbați*	*Femei*	*Bărbați*	*Femei*	
P.F.L.		40	—	10	—	50
Binale		50	10	30	10	100
Mobilă		120	30	20	30	200
Cherestea		80	2	60	8	150
Placaj		60	8	30	2	100
Total		350	50	150	50	600
		400		200		

De această dată, în cadrul grupurilor se păstra o proporționalitate a structurii, dar operatorii aveau posibilitatea să aleagă subiecții pentru interviu, după cum aceștia erau disponibili. Puteau să renunțe să intervieveze persoanele care erau foarte ocupate sau refuzau să răspundă. Studentul-operator de anchetă nu mai era obligat — ca în cazul eșantionării — să stăruiască a lua interviu persoanelor dinainte desemnate. Se înțelege că, în ultimele zile ale anchetei, găsirea subiecților care să corespundă criteriilor de cote pentru completarea eșantioanelor era anevoioasă. Se iveau situații în care subiectul abordat să nu corespundă criteriilor de cote care ne interesau. Refuzul nostrul de a continua chestionarea era cît se poate de politicos. Căutam subiecții corespunzători. Adesea maiștrii, șefii de echipe ne indicau subiecții necesari completării eșantionului și alegeam dintre ei.

Cu toate limitele ei, eşantionarea pe cote ni se pare a fi perfect aplicabilă în investigaţiile în care munca trebuie făcută rapid, în cadrul echipelor studenţeşti, în orice caz, pentru cei ce acum se iniţiază în tehnicile investigaţiilor sociale.

VI. O altă etapă a investigaţiilor sociologice este *alegerea tehnicilor de cercetare* capabile de a surprinde cît mai exact faptele şi fenomenele sociale.

Se impune o reflexie critică asupra valorii de cunoaştere a tehnicilor de investigaţie, care pot fi considerate „unelte", „instrumente", ce trebuie să facă corp comun cu faptele şi fenomenele studiate.

Alegerea celor mai adecvate modalităţi de studiu, a celor mai bune moduri de conexiune a tehnicilor în vederea perceperii, înţelegerii şi explicării coerente a fenomenelor constituie obiectul metodologiei, care nu este altceva decît o *reflexie asupra reflexiei*, o *filozofie operaţională*, care permite *„a cunoaşte mai bine pentru a acţiona mai bine"* (Louis Boulet). În sens literal metodologia este „ştiinţa integrată a metodelor, metoda fiind demersul raţional al spiritului pentru descoperirea adevărului (sau rezolvarea unei probleme)"[32].

Dar nu numai adecvarea tehnicilor la obiectul cercetat determină alegerea metodei de investigare; intervin aici o serie de alţi factori ca: accesibilitatea, economia de resurse ş.a.m.d.[33].

În cadrul sondajelor, chestionarul rămîne singular. În orice altă cercetare se impune aplicarea convergentă a cît mai multor tehnici, care, corelate, să conducă la evidenţierea adevărului. Limitele fiecărei tehnici pot fi depăşite numai prin corelarea mai multor tehnici. Desigur, unele tehnici sînt aplicabile numai anumitor fapte sau fenomene sociale. Ca regulă generală, se poate afirma că totdeauna chestionarul trebuie dublat şi triplat prin tehnica observaţiei directe şi indirecte (cercetarea documentelor). Foarte

[32] R. CAUDE, *La méthodologie : caractères généraux et applications*, în *Méthodologie vers une science de l'action, rédigé* par R. Caude et A. Moles, Gonthier-Villars, Paris, 1964, p. 4.

[33] STEPHEN A. RICHARDSON, BARBARA SHELL, DOHREWEND DAVID KLEIN, *Interviewing, its forms and functions*, New York, Basic Books, Publishers, 1965.

pe scurt vom prezenta aceste două tehnici fără de care chestionarul rămîne, practic, inaplicabil în investigarea fenomenelor sociale.

A.

Observaţia directă

În dicţionarul devenit clasic, *A Dictionary of Psychology*, al lui James Drever, termenul observaţie este explicat astfel: „desemnarea generală a perceperii şi a înregistrării atente şi planificate a fenomenelor, obiectelor, evenimentelor şi indivizilor în dependenţă de o situaţie determinată"[34]. Observaţia ştiinţifică presupune: un scop determinat, planificare sistematică, o notare sistematică (nu colecţie de excentricităţi), controlul şi repetarea[35]. Într-un anume sens, observaţia este „singura metodă care promovează cunoştinţa" (Traian Herseni), celelalte metode nu fac decît să teoretizeze datele obţinute prin aplicarea observaţiei ştiinţifice. Chiar şi experimentul nu este decît o observaţie asupra unor fenomene provocate, nu este decît — după Claude Bernard — „o observaţie provocată ... cu scopul de a controla". A. Chapanis atrăgea atenţia asupra faptului că „noi apelăm la experimentul de laborator în acelaşi mod în care învăţaţii din secolele trecute apelau la autoritatea lui Aristotel, Thomas d'Aquino"[36]. Lumea ştiinţelor comportamentale este astăzi bîntuită de o „experimentofrenie"; totuşi calea principală de obţinere a unor noi cunoştinţe asupra comportamentului uman este observaţia şi, în primul rînd, observaţia participaţională. Se poate spune că valoarea unei investigaţii este direct proporţională cu timpul petrecut în teren, observînd şi discutînd cu oamenii. Se înţelege că, fără aportul teoriei, observaţia este oarbă. Pe bună dreptate se poate susţine că observaţia ştiinţifică este totdeauna o observaţie polemică; ea confirmă sau infirmă o teză anterioară (G. Bachelard). Existenţa ipotezelor diferenţiază observaţia ştiinţifică de cea empirică sau spontană; observatorul nu se

[34] JAMES DREVER şi E. D. FRÖHLICH, *Wörterbuch zur Psychologie*, München, 1970, p. 59 (trad. germană).

[35] MARIA JAHODA; MORTON DEUTSCH; STUART W. COOK, *Beobachtungs verfahren*, în *Beobachtung und Experiment in der Sozialforschung*, Herausgegeben von René König, Köln-Berlin, 1956.

[36] A. CHAPANIS, *The Relevance of Laboratory Studies to Practical Situation*, în „Ergonomics", *10*, nr. 5, 1967, pp. 557–577.

lasă furat de ceea ce iese din comun, el își limitează cîmpul observației tocmai pentru a adînci cunoașterea. Prin aceasta nu se neagă valoarea unor fapte neașteptate, aberante și capitale înregistrate de către observator, care pot conduce la dezvoltarea sau lărgirea unei teorii existente. Robert K. Merton numește acest fapt „serendipitate"[37]. Se înțelege că „nu observația naivă a unui observator naiv, ci dimpotrivă observarea naivă a unui observator instruit" constituie „serendipity pattern" (René König). Așa cum remarcă însă Maurice Reuchlin, observația științifică trebuie să utilizeze totdeauna „ipoteze complet explicite"[38], chiar dacă prin serendipitate pot fi formulate ipoteze noi. A observa înseamnă în primul rînd a privi, a vedea. Datele obținute prin observație în teren fac ca o teorie să fie viabilă; teoriile care prezic numai ceea ce se petrece în cadrul celor patru pereți ai laboratorului sînt teorii ineficiente (A. Chapanis). De ce sînt însă atît de rar folosite tehnicile de observație? C. A. Moser crede că acest lucru se datorează faptului că observația nu se conjugă ușor cu eșantionarea aleatoare și că ea prezintă un grad sporit de subiectivitate. Cu prima obiecție nu putem să nu fim de acord. În ceea ce privește cea de-a doua obiecție, se pot formula rezerve serioase: observația este tot atît de mult sau tot atît de puțin subiectivă ca și interviul sau experimentul. Este adevărat că ne îndreptăm atenția asupra unor fenomene, neglijînd altele, dar în interviu, în experiment nu se întîmplă același lucru? Nu adresăm întrebări doar despre anumite lucruri, neglijînd altele? În cadrul experimentului nu alegem doar acele variabile dependente, care probabil că vor da rezultate semnificative, lăsînd deoparte alte variabile mai puțin convenabile experimentatorului? Credem că aici este vorba de o prejudecată: un adevăr banal demonstrat printr-o tehnică foarte specială se consideră că este mai puțin banal.

Mai este încă o cauză: observația se pretează mai puțin la interpretări statistice. „Quantofrenia" — altă „maladie" a secolului nostru — îi obligă pe mulți cercetători să manifeste rețineri în folosirea metodei observației.

[37] R. K. MERTON, *Social Theory and Social Structure*, New York, The Free Press, 1968.

[38] MAURICE REUCHLIN, *Les méthodes en psychology*, Paris, P.U.F., 1969, p. 16.

Aceste rețineri sînt însă nejustificate. În paranteză fie spus, s-ar mai putea vorbi de unele cauze administrative, de organizare a cercetării. Pentru aplicarea chestionarelor s-au „inventat" *operatorii de anchete*. Observația științifică cere o calificare superioară. Ca și la experiment, cel care efectuează observația trebuie să fie însuși cercetătorul. În acest fel poate fi explicată apariția „observației instantanee" și frecventa ei utilizare: cercetătorul, în același interval de timp, poate efectua observații în mai multe locuri.

În studiile sociologice se poate vorbi de realizarea observației de către o persoană, de către o echipă omogenă și, în fine, de către o echipă multidisciplinară[39].

Se pune întrebarea: trebuie să se integreze cercetătorul colectivității cercetate? Da. Presupunînd că folosim mijloace de efectuare a unor observații care permit să vedem fără să fim văzuți: camere cu viziune unilaterală (așa a procedat R. F. Bales în experimentele sale efectuate în anul 1950), chiar și în acest caz este necesară integrarea. Cel care rămîne absolut străin de ceea ce observă are șansa de a interpreta greșit ceea ce a observat. N. A. Kolmogorov arată că, uneori, observația în afara participării implică mari dificultăți de înțelegere. Cu greu ar putea înțelege un observator exterior o astfel de situație: pe înserat, oameni, mai mulți bărbați decît femei, intră într-o încăpere ceva mai mare decît cele obișnuite, primesc sticle de diferite mărimi, cu lichide diferit colorate; apoi încep să gesticuleze fără nici un sens. Ce s-a întîmplat?[40] Necesitatea integrării în colectivitatea studiată este evidentă. Cercetătorul trebuie să știe să prezinte scopul studiilor sale nu numai explicit și clar, dar și convenabil pentru cei studiați. Observatorul va aprecia că el înregistrează faptele așa cum sînt, că nu încearcă să evalueze calitatea lor. Liderului și membrilor grupului studiat li se vor prezenta pe scurt felul cum urmează a fi prelucrat materialul înregistrat. Chiar dacă explicațiile vor fi cît se poate de generale, pentru a acoperi întreaga gamă de acte de comportament ale observatorului, tot-

[39] TRAIAN HERSENI, *Metodologia cercetărilor psihosociologice de la Boldești*, în *Sociologia militans*, vol. II, București, Editura științifică, 1972, p. 36.

[40] A. N. KOLMOGOROV, *Automatele și viața*, în *Dialectica marxistă și științele moderne*, vol. IV, Editura politică, București, 1963, p. 47.

deauna trebuie precizat că celor interesați oricînd li se pot oferi amănunte suplimentare. Este bine ca observatorul să nu-și creeze iluzia unei asimilări totale în grupul sau colectivitatea studiată. Rareori se poate întîmpla ca integrarea să fie atît de puternică încît să se ajungă la distorsiuni din această cauză; totuși se citează cazuri în care cercetările au trebuit să fie abandonate tocmai datorită stabilirii unor relații prea strînse cu o parte din cei studiați — cu liderii muncitorilor — fapt care făcea imposibil contactul cu înșiși muncitorii.

Dar integrarea totală a observatorului în colectivitatea studiată nici nu este totdeauna posibilă și nici nu este totdeauna de dorit.

a. *Observația externă,* care presupune situarea observatorului în afara sistemului observat, este preferabilă în cazurile în care încadrarea observatorului în sistemul de status-uri și roluri al colectivității îl împiedică să înregistreze relațiile, ansamblul raporturilor intra- și intergrupale. Uneori observatorul nici nu poate dobîndi status-uri și roluri care să-i permită încadrarea în sistem (de exemplu, în organizațiile academice, în armată etc.). În astfel de cazuri, se va proceda la stabilirea unui sistem de categorii în raport cu care să se facă observația. Prin categoriile de observație înțelegem clase de fapte și fenomene omogene, în care sînt reuniți indicatorii relevanți și care permit, prin codificare, analiza statistică a proceselor și relațiilor sociale.

Roger W. Heyns și Alvin F. Zander analizează caracteristicile sistemelor de categorii de observație[41]. Din punctul de vedere al *gradului de cuprindere* a realității, sistemul de categorii poate fi *exhaustiv,* cînd toate actele comportamentale ale subiecților observați vor fi clasificate în categoriile stabilite, sau *nonexhaustiv,* cînd sistemul de categorii nu permite decît selectarea unor comportamente. Utilizarea unui sistem de categorii nonexhaustiv aduce serioase economii de timp și este de preferat în studiile-pilot. În ceea ce privește *gradul de reflecție* impus de sistemul de categorii la înregistrarea datelor de observație, acesta poate fi *înalt* sau *mediu,* după cum

[41] ROGER W. HEYNS și ALVIN F. ZANDER, *L'observation du comportement de groupe,* în *Les méthodes de recherche dans les sciences sociales,* Leon Festinger, Daniel Katz, Paris, P.U.F., 1963.

categoriile stabilite sînt mai generale sau mai particulare. Sistemul de categorii poate avea unul sau mai multe cadre de referință, încercînd să cuprindă fenomene omogene sau eterogene. În primul caz, sistemul de categorii este unidimensional, în cel de-al doilea caz este multidimensional. În cadrul sistemului, categoriile pot fi *continue* sau *discontinue,* după cum permit sau nu ordonarea lor ca intensitate. Se înțelege că, de regulă, vor fi continue categoriile din sistemele unidimensionale și discontinue categoriile din sistemele multidimensionale.

Pentru exemplificare, să analizăm sistemul de categorii utilizat de Robert F. Bales în studierea interacțiunii în cadrul discuțiilor de grup[42]. Este interesant de arătat, că inițial, R. F. Bales luase în considerație 85 de categorii pentru a descrie procesele de interacțiune în cadrul discuțiilor de grup. În final, în urma laborioaselor sale investigații concrete (1946—1949), nu au fost reținute decît 12 categorii. Acestea sînt dispuse în perechi (pozitive și negative) și ordonate în două dimensiuni referitoare la: comportamentul afectiv și comportamentul intelectual. Perechile de categorii surprind: *problemele de orientare a discuțiilor* (*a*), *problemele de evaluare* (*b*), *problemele de control* (*c*), *problemele de decizie* (*d*), *problemele de învingere a tensiunii* (*e*), *problemele de integrare în grup a participanților la discuție* (*f*) (Vezi Fig. 4).

Sistemul de categorii al lui R. F. Bales este exhaustiv: orice comportament al participanților la discuție poate fi încadrat într-una din categoriile stabilite. Pentru a clasifica însă comportamentele se cere un înalt grad de reflexie, întrucît categoriile propuse sînt foarte generale. Sistemul este bidimensional, vizînd atît comportamentul afectiv, cît și pe cel intelectual, fapt ce împiedică ordonarea pe o singură linie a categoriilor, de la cea mai puțin intensă pînă la cea mai intensă participare la discuțiile de grup. Într-adevăr, dat fiind cadrul de referință diferit, nu poate fi apreciat comportamentul celui care contribuie la destinderea atmosferei mai intens participativ decît comportamentul celui care orientează discuțiile sau evaluează informațiile, dar nici invers. Catego-

[42] ROBERT F. BALES, *Interaction Process Analysis,* Cambridge, Mass, 1951 (După: RENÉ KÖNIG, *Die Beobachtung,* în *Handbuch der empirischen Sozialforschung,* Herausgegeben von R. König, Stuttgart, Ferdinand Enke Verlag, 1967).

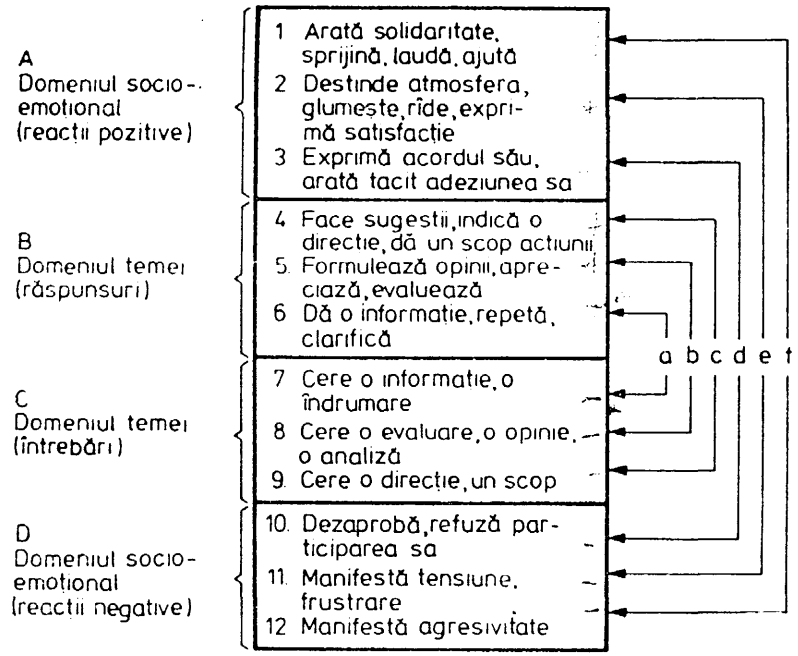

A
Domeniul socio-emotional (reacții pozitive)
1 Arată solidaritate, sprijină, laudă, ajută
2 Destinde atmosfera, glumește, rîde, exprimă satisfacție
3 Exprimă acordul său, arată tacit adeziunea sa
B
Domeniul temei (răspunsuri)
4 Face sugestii, indică o direcție, dă un scop acțiunii
5 Formulează opinii, apreciază, evaluează
6 Dă o informație, repetă, clarifică
C
Domeniul temei (întrebări)
7 Cere o informație, o îndrumare
8 Cere o evaluare, o opinie, o analiză
9 Cere o direcție, un scop
D
Domeniul socio-emotional (reacții negative)
10 Dezaprobă, refuză participarea sa
11 Manifestă tensiune, frustrare
12 Manifestă agresivitate
a b c d e f

Fig. 4. Sistemul de categorii utilizat de R. F. Bales (1951) pentru studiul proceselor de interacțiune în cadrul discuțiilor de grup.

riile stabilite de R. F. Bales sînt în acest sens discontinue. Ele permit alcătuirea *profilurilor de discuții* (Vezi Fig. 5), reconstituirea desfășurării acestor discuții, precum și rolul fiecărui participant în discuția de grup.

b. *Observația coparticipantă* „înseamnă a lua parte — pe cît permite situația — conștient și sistematic, la viața activă, ca și la interesele și sentimentele grupului de persoane"[43]. Este cu totul altceva să-l întrebi pe un muncitor despre succesiunea operațiilor pentru efectuarea unei munci chiar în timpul desfășurării acesteia și cu totul altceva să-l întrebi într-un birou oarecare. De asemenea, altfel înțelegi situația unui muncitor cînd tu însuți ai practicat o meserie, ai lucrat cot la cot cu muncitorii.

[43] FLORENCE KLUCKHOLM, *Die Methode der teilnehmenden Beobachtung in kleinen Gemeinden*, în *Beobachtung und Experiment in der Sozialforschung*. Herausgegeben von René König, Köln-Berlin, 1962, p. 97.

Pe bună dreptate se spune: „Cine nu s-a murdărit pe mîini muncind nu poate să vorbească despre problemele muncii".

Participarea — desigur — poate să fie foarte diferită, mergînd de la simpla și abia sesizabila apartenență pînă la asumarea sarcinii de conducere a grupului studiat. În acest sens, se vorbește despre participare pasivă și activă atunci cînd observatorul influențează desfășurarea evenimentelor în grupul în care se integrează pentru a-l studia. Participarea cercetătorului și acceptarea lui de către grupul studiat poate să fie totală, valorile și normele de viață ale grupului fiind integral preluate de către observatorul participant. De curînd, ziarul indonezian „Berita Buana", care apare la Djakarta, anunța epilogul mai puțin obișnuit al unei cercetări de antropologie socială: cercetătoarea americană Wyn Sargent, studiind mai mult timp prin coparticipare triburile primitive din Irianul de Vest, a sfîrșit prin a se căsători cu unul din șefii triburilor studiate („România liberă", anul XXXI, nr. 8790). Nu este singurul caz cînd un etnolog, antropolog sau sociolog, neputînd concilia rolul de cercetător cu cel de participant, se alătură populației investigate. În literatura occidentală se citează cazuri de criminologi deveniți crimi-

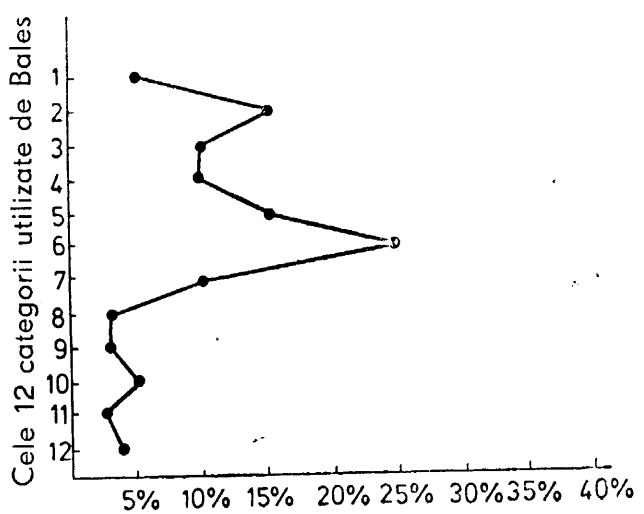


Fig. 5. Profilul colectiv al discuției unui grup de șase studenți reuniți pentru pregătirea unei anchete (după David Victoroff).

nali sau de sociologi care s-au introdus voluntar în penitenciare și care au abandonat sociologia, dedicîndu-se luptei pentru umanizarea acestor instituții de reeducare.

Există însă și posibilitatea de a nu fi acceptat de colectivitatea pe care intenționezi să o studiezi. Aceasta nu împiedică desfășurarea cercetării. William F. Whyte numește acest fenomen „valoarea de străin" care conferă unele avantaje: sînt posibile destăinuiri, care față de un membru al grupului ar fi greu de făcut.

În toate cazurile, cercetătorul își pune întrebarea: ce trebuie observat? Cum trebuie consemnat? Ce relații trebuie stabilite cu cei observați și cum pot fi stabilite astfel de relații?

Faptele observate, ca indicatori ai cercetării, trebuie raportate la situația concretă, la sistemul socio-cultural, pentru că fiecare proces social se desfășoară într-un context social dat și fiecare secvență observată declanșează un întreg șir de alte secvențe, dată fiind interconexiunea fenomenelor sociale. Observarea condițiilor de apariție a diferitelor fenomene implică standardizarea observației. Dar „cu cît este mai complexă problema de cercetat și cu cît este mai neclarificat sistemul teoretic de referință, cu atît este mai greu să structurezi dimensiunile observației și caracteristicile observate"[44].

Observația coparticipantă are prin excelență un caracter descriptiv și adesea doar un scop explorativ. William F. Whyte, clasic al observației coparticipante, în lucrarea sa, *Street Corner Society,* răspunde unei probleme foarte complexe: organizarea socială în slums-ul marilor orașe americane. Complexitatea problemei, inexistența unei teorii adecvate (la acea dată exista prejudecata că în slums-ul orașelor americane domnește dezorganizarea socială) l-a determinat pe W. F. Whyte să încerce observarea explorativă de la fereastra locuinței lui a unei bande (termenul are aici o nuanță neutrală) de pe Norton Street. În această fază, observația nu era participantă. Treptat (cercetarea a durat trei ani și jumătate) W. F. Whyte s-a integrat în subcultura bandei, a învățat „limbajul" ei, a fost acceptat și sprijinit să desfășoare cercetarea. La constituirea ei, la începutul anului

[44] RENATE MAYNZ, KURT HOLM, PETER HÜBER, *Einführung in die Methoden der empirischen Soziologie,* Köln u. Opladen, Westdeutscher Verlag, 1969, p. 92.

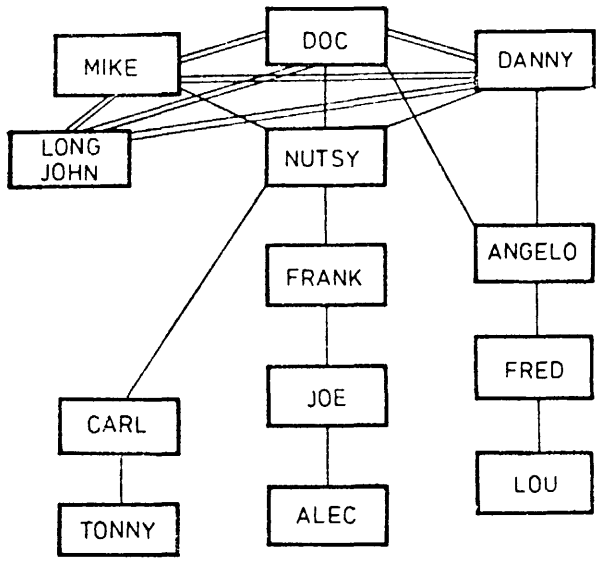


Fig. 6. Organizarea socială a bandei de pe Norton Street (după George Caspar Homans).

1937, banda număra șase membri; apoi banda și-a mărit numărul la treisprezece membri, în vîrstă pînă la 29 de ani. Toți copilăriseră în același mediu, urmaseră la aceeași școală; unii lucrau permanent în fabrică, alții doar ocazional. Fiecare avea un loc bine stabilit în organizarea bandei[45]. (Vezi Fig. 6).

Inițial, Nutsy fusese șef. Într-o confruntare directă, Doc îl învinge pe Nutsy și devine șeful bandei. Pozițiile celorlalți membri ai bandei se conturează după cum activaseră, sub conducerea lui Nutsy (Frank, Joe, Alec, Carl, Tonny) sau intraseră în bandă ca urmare a prieteniei lor cu Doc (Danny, Mike, Long John).

Cercetarea lui W. F. Whyte înlătură prejudecata dezorganizării sociale în slums-ul orașelor americane și aduce totodată contribuții prețioase la tehnica observației coparticipante, prin formularea unor reguli de aplicare a acestei tehnici. Astfel, observatorul:

1) trebuie să ia legătura în primul rînd cu liderul (conducătorul, personajul central) grupului observat;

[45] G. C. HOMANS, *Theorie der sozialen Gruppe,* Köln u. Opladen, Westdeutscher Verlag, 1960. (Vezi *The Human Group,* New York, 1950.)

2) trebuie să atragă toate persoanele care doresc să conlucreze cu el;

3) trebuie să se abţină de la aprecierea sau dezaprobarea comportamentelor observate;

4) să evite de a lua parte la conflicte, care pot diviza grupul.

În ceea ce priveşte înregistrarea observaţiilor, aceasta este totdeauna o problemă: ea întrerupe, pe de o parte, observarea, iar pe de altă parte, îl dezvăluie pe cercetător. Referitor la tehnica de înregistrare a datelor Th. Caplow precizează că:

a) protocolul de observaţie trebuie să includă totdeauna: data, ora, durata observaţiei, locul exact de desfăşurare a observaţiei (harta, fotografiile şi schiţa topografică), condiţiile în care s-a făcut observaţia, persoanele prezente şi rolul lor, aparatele şi instrumentele utilizate, ambianţa fizică (temperatura, iluminatul etc.) şi eventualele modificări pe parcurs ale acestor date;

b) opiniile, ipotezele neverificate, deducţiile sau remarcile personale asupra subiecţilor observaţi trebuie eliminate;

c) declaraţiile subiecţilor observaţi trebuie înregistrate în stilul lor direct, la persoana I singular;

d) comentariul observaţiei se va face în afara protocolului de observaţie, la intervale stabilite în jurnalul de cercetare.

În cazul observaţiei coparticipante şi, mai general, în cazul observaţiei directe, cercetătorul trebuie să obţină asentimentul şi permisiunea grupului de a efectua observaţii. Lucrul nu este întotdeauna uşor, pentru că este o diferenţă foarte mare între a nu te respinge şi a te accepta. Sînt reguli elementare de ţinută şi de comportare care trebuie respectate. De la început, în termeni simpli, trebuie să clarifici: cine eşti? ce urmăreşti? de ce urmăreşti un obiectiv sau altul? cui serveşte acest lucru? Sinceritatea este obligatorie. Aici intervin probleme de etică a cercetării, de deontologie. După formula lui Tacitus, observaţia trebuie făcută fără ură şi părtinire *(sine ira et studio)* şi mai presus de toate în dorinţa de a stabili adevărul şi de a servi oamenilor.

c. Procedeul *observaţiei instantanee* este pus la punct, în 1934, de către Tippett. Observaţia instantanee, bazată pe tehnica sondajului, mai este numită şi „eşantionaj al muncii" sau „inspecţie instantanee". În realitate, deşi observaţia instantanee porneşte de la ceea ce de obicei se înţelege prin „privirea maistrului" nu este deloc o inspecţie, mai ales, nu este făcută cu scopul de a controla şi nu este folosită numai în studiul muncii.

Observaţia instantanee prezintă avantajul de a fi relativ comodă, putîndu-se aplica fără perturbarea comportamentului celor studiaţi. Există posibilitatea aplicării acestei metode fără ca cei studiaţi să fie avertizaţi; procedeul implică anumite riscuri: observatorul, odată deconspirat, pierde total încrederea celor în mijlocul cărora efectuează studiul. Marele avantaj pe care îl conferă aplicarea acestei metode constă în posibilitatea ce se creează de a studia alternativ mai multe activităţi într-o perioadă de timp scurtă. Prin intermediul observaţiei instantanee se poate stabili, cu un grad convenabil de precizie (de exemplu, în studiul muncii), lista operaţiilor ce se efectuează, ponderea fiecărei operaţii (ca timp, în procente) şi se poate compara ceea ce efectiv se face cu ceea ce este prevăzut a se face. Observaţia instantanee este recomandabil a se aplica numai în studiul unor activităţi variate. Aplicarea practică a metodei trebuie să ţină seama de gradul de precizie pe care dorim să-l aibă rezultatele. Prin convenţie, se consideră că un grad de precizie de 0,05 este convenabil. Formula de calcul este dată de:

$$P = 2\sqrt{\frac{1 - p}{N \cdot p}}$$

în care:

P este gradul de precizie dorit;
p — procentajul operaţiilor stabilit prin observaţii prealabile;
N — numărul de observaţii efectuate.

Formula poate fi utilizată nu numai pentru stabilirea gradului de precizie al studiului, cînd este cunoscut numărul de observaţii efectuate, ci şi pentru stabilirea numărului de observaţii necesare, cînd stabilim de la început

un grad de precizie anume dorit (de regulă 0,05). Formula, în acest caz, ia următoarea formă:

$$N = \frac{4}{P^2} \times \frac{1 - p}{p}.$$

Dăm un exemplu de folosire a acestor formule de calcul[46]:

1) $P = 50\%$ $P = 2\sqrt{\dfrac{1 - \dfrac{50}{100}}{1 \cdot \dfrac{50}{100}}} = 2\sqrt{\dfrac{0{,}50}{50}} = 2\sqrt{\dfrac{1}{100}} =$

$N = 100$

$P = ?$ $= 2 \cdot \dfrac{1}{10} = \dfrac{2}{10} = 20\%$;

2) $P = 5\%$ $\dfrac{5}{100} = 2\sqrt{\dfrac{1 - \dfrac{50}{100}}{N \cdot \dfrac{50}{100}}}$ $\dfrac{5}{100} = 2\sqrt{\dfrac{0{,}50}{N \cdot 0{,}50}}$

$p = 50\%$

$N = ?$

$$N = \frac{4}{\left(\frac{5}{100}\right)^2} \cdot \frac{0{,}50}{0{,}50} = \frac{4}{0{,}05^2} \cdot 1 = \frac{4}{0{,}0025} = 1\,600 \text{ observații}$$

Ca momente importante în aplicarea observației instantanee, în afara stabilirii prin observație directă a ponderii elementelor în cadrul activității studiate, amintim *fixarea intervalelor dintre observațiile instantanee;* aceasta se realizează în funcție de timpul total de studiu, de numărul activităților care sînt studiate și de distanța dintre locurile de desfășurare a acestor activități. Se ia în considerație timpul minim pentru parcurgerea distanței între cele mai îndepărtate locuri ce sînt studiate alternativ.

Determinarea momentelor de efectuare a observațiilor instantanee se face prin tragere la sorți. În final, se completează o fișă de observație în care sînt trecute: numă-

[46] ROGER MUCCHIELLI, *L'Étude des postes de travail,* Paris, Librairies Techniques, 1968, p. 52.

rul observațiilor, ziua, orarul de observare, conținutul observării și eventualele remarci explicative, suplimentare.

B.
Observația indirectă

Cercetarea documentelor, studierea izvoarelor documentare este nelipsită din orice investigație. Această tehnică este considerată ca o „observație indirectă", întrucît se studiază înregistrarea datelor observate de către altcineva în alte împrejurări decît cele actuale. Acest altcineva poate fi o instituție, o persoană calificată sau însăși persoana supusă investigației. Există totdeauna un volum de informații care stă la dispoziția cercetătorului: diferite statistici oficiale, registrele de stare civilă etc. Studierea trebuințelor culturale ale salariaților unei întreprinderi începe firesc cu studierea registrelor de evidență a cititorilor bibliotecii. Existența unor date centralizate — lunar sau anual — dau posibilitatea de a afla rapid: numărul cititorilor, profesiunea lor, sexul, mediul de rezidență, precum și genurile literare preferate (cărțile). Astfel de date sînt foarte interesante, dar trebuie privite totdeauna circumspect: unele practici lipsite de responsabilitate deformează realitatea. Se întîlnesc bibliotecari care majorează — fictiv — numărul cititorilor pentru a raporta o activitate mai bogată a bibliotecii, după cum se întîlnesc bibliotecari care impun, pe lîngă cartea cerută, să fie luată și o altă lucrare, pe care cititorul nu o dorește (practica e mai frecventă la bibliotecile școlare). De asemenea, unii bibliotecari recurg la complicitatea cititorilor: cer să fie completate automat mai multe fișe pentru cărți care nu sînt nici măcar scoase din raft. În aceste situații este greu de apreciat pînă unde te poți sprijini pe statisticile și înregistrările altora. Chiar atunci cînd sînt întocmite corect, statisticile și documentele oficiale trebuie supuse unui examen critic. În statisticile oficiale, coeficientul de sinucidere al femeilor apare mai redus decît cel al bărbaților. Așa cum remarca M. Halbwachs, această informație trebuie interpretată cu prudență, pentru că femeile recurg adesea la sinuciderea prin înec, care este mai ușor de disimulat decît sinuciderea cu arma de foc. Oricum, cercetătorul trebuie să ia contact cu

documentele existente: nu va pretinde situații centralizate, le va controla singur; nu va lua în considerație ca sigure decît documentele contabile (pe baza cărora se fac plățile sau se stabilește gestiunea). Cercetînd structura socială a forței de muncă din întreprindere, se va apela la statul de salarii, nu la — să zicem — registrul de evidență al salariaților întocmit de serviciul de personal. În afara documentelor oficiale, în investigarea fenomenelor sociale pot fi luate în considerație și „documentele personale". Ele oferă posibilitatea conturării imaginii pe care și-o fac persoanele cuprinse în anchetă despre ele însele sau despre colectivitatea în care trăiesc. Unele „documente personale": scrisori, jurnale zilnice, însemnări răzlețe, autobiografii sau chiar monografii sînt excepțional de sugestive, au caracterul unor mărturii. Astfel de mărturii pot fi provocate. Se cere persoanelor anchetate să-și scrie amănunțit autobiografia. Într-o cercetare, coordonată de prof. dr. Vasile V. Caramelea de la *Centrul de cercetări antropologice*, asupra petroliștilor din Leordeni-Argeș, încercînd să evaluăm starea de sănătate, ca indicator al adaptării la munca industrială a foștilor agricultori, în afara statisticilor medicale obținute de la spitalul din localitate, am cerut unui număr de petroliști spitalizați (pentru afecțiuni mai puțin grave) să-și scrie autobiografia. În acest fel, prin autobiografiile provocate sînt șanse să se obțină tablouri psiho-sociale sugestive. Se înțelege că nu vom confunda însă imaginea despre realitate cu realitatea însăși. Iată cîteva fragmente dintr-o autobiografie obținută într-o altă cercetare asupra minerilor din Berevoiești (1966):

„Tatăl era om bun, nu scandalos: nu l-am văzut beat. A avut copii mulți și multe greutăți. După ce a decedat mama, a mai trăit 10—11 ani, dar a fost tot amărît. De căsătorit nu s-a mai căsătorit; i-a fost rușine de noi" ... „Cînd am intrat la mină, n-aveam casă, n-aveam nimic. În primul rînd voiam să-mi fac și eu o casă. Am strîns materiale și bani. Nu voiam să iau banii cu împrumut — ca să mă bag slugă la cineva. Un unchi m-a îndemnat. Mi-am cumpărat radio, pikup, televizor, trei rînduri de mobilă. Cum am putut să mă gospodăresc?! Am cîștigat și bani frumoși. Mi-a plăcut să am, să nu spun că am muncit degeaba, cînd intră cineva în

casă. Am poftă să ascult ceva — ascult; destul stau sub pămînt! Cînd ies în afară, să mă distrez" (*G. Gh.*, 40 ani, miner). Alteori, documente personale, de o autentică valoare, ne sînt oferite de către descendenții celor care au ostenit a consemna stările de lucruri și sentimentele trăite. O biografie de la jumătatea secolului al XIX-lea prin comparație, poate spune multe și despre prezent. Iată o astfel de biografie. Reproducem din cele 22 de pagini scrise mărunt, cu ortografia și stilul vremii, cîteva fragmente:

„Biografia mea, Iosif Aldoiu.

Născutu-m-am în anul de la Christos 1855, luna noiembrie, ziua 15 în comuna Voinești, Valea Foii, plaiul Dîmbovița, județul Muscel... La vîrsta de 7 ani, fără știrea părinților, m-am luat după băieții vecini cu noi și m'am dus la școala din sat. Pe vremuri școala funcționa numai iarna. Astfel că era mai multă pierdere de vreme, de cît învețătură. În toamna anului 1867, de și fără tăvarăș, m'am dus la prima și ultima școală primară din Cîmpulung. Aici m'a pus în clasa a II-a. Pînă la Crăciun, neapreciindu-mi profesorul meu, Simion Negoescu, inteligența și rațiunea, căci era bolnav, mă dete în rînd cu ceilalți, pe mîna repetenților, care ne svîntau cu bătăile"... „În anul 1872, prezentîndu-mă la concursul pentru postul de Învățător, am reușit al II dintre toți candidații, între care erau mulți chiar seminariști. Am fost numit învățător provizoriu în comuna Cetățeni, județul Muscel.

Nu rîvna de cîștig material m'a îndemnat să ocup acest post; — căci pe atunci, leafa unui învățător era de 18 lei și 80 bani, lunar, sau de 600 lei vechi anual — ci dorința d'a face și eu un mic serviciu Țării mele, împărtășind cunoștințele ce dobîndisem, tinerilor generații, din clasa țărănească din care mă mîndream că fac și eu parte!!".

Informațiile cuprinse în astfel de documente personale pot și trebuie să fie valorificate de către cercetător. Se poate face asupra lor o analiză de conținut, pot fi reproduse direct ca ilustrații documentare, ca termeni de comparație. Robert C. Angell diferențiază șase modalități de valorificare a documentelor personale:

1) Fără a furniza cercetătorului ipoteze concrete pentru cercetare, lectura unui mare număr de astfel de docu-

mente poate oferi idei generale valoroase în ceea ce privește liniile de urmat în investigație. În acest scop, documentele personale trebuie studiate încă în primele faze ale cercetării. Studierea documentelor joacă în acest caz rolul unei „observații generatoare".

2) Nu este exclus ca biografiile, scrisorile etc. să conducă chiar la constituirea unui sistem de ipoteze.

3) În cercetare, documentele personale pot juca și rol de material ilustrativ. „Jocul de-a exemplele" este impropriu cercetării sociologice. (Încă V. I. Lenin, în *Statistica și sociologia,* a ridiculizat această metodă). Ca simplă ilustrație — în măsura în care o biografie este tipică — ea poate fi sugestivă: așa cum într-un manual de geografie, vorbindu-se despre dealuri și munți, în text se inserează de regulă și o fotografie, tot astfel într-o lucrare sociologică includerea unui document personal are valoare intuitivă.

4) Studiul documentelor poate servi și ca element de verificare a ipotezelor cercetării. Este vorba de acțiunea „post factum" a acestor documente.

5) În analiză, luarea în discuție a diferitelor documente personale permite înțelegerea practică a motivației comportamentelor.

6) În fine, documentele personale pot contribui la formularea și reformularea problematicii cercetării, ca și a scopului acesteia.

Documentele personale permit — conform definițiilor date de Herbert Blumer (1939), Robert C. Angell, Gordon W. Allport (1942), Robert Redfield (1945) — descifrarea experienței subiective a altei persoane. Ernest W. Burgess (1930) realizează următoarea *tipologie* a biografiilor:

— *tip cronică;*
— *tip autoapărare;*
— *tip mărturisire;*
— *tip autoanaliză.*

De orice tip ar fi ele, pentru a putea trage concluzii valide cu privire la contextul social — și nu la persoană — trebuie să distingem între biografiile persoanelor psihic normale și cele ale persoanelor cu diferite complexe (superioritate, inferioritate) sau tare psihice.

În primul caz, diferențierea trebuie să vizeze nivelul de cultură al persoanei: Astfel, distingem *biografii științifice* — încercări de analiză competentă a propriei persoane și a cadrului social — și *biografii naive.*

Ca și Gordon W. Allport (1942), ne putem întreba: ce-l determină pe om să-și scrie biografia, să realizeze documente personale? Excluzînd biografiile impuse — cele cerute la angajare: *Curriculum vitae,* ca și cele necesare serviciilor medicale — putem considera intenția de publicare a lor ca pe unul dintre motive. Nu este singurul — și în ordinea valorificării documentelor personale — nici cel mai important. Tendința de a dobîndi o perspectivă clară asupra vieții, explicarea unor conflicte sau raporturi cu societatea — și nu mai puțin — dorința de a rămîne în amintirea celorlalți, de a fi un exemplu pentru tinerele generații sînt tot atîtea motive care îndeamnă omul la reflexie.

VII. Cea de-a șaptea etapă a unei investigații sociologice se referă la *pretestarea instrumentelor de cercetare* care se realizează în cadrul anchetei-pilot. Dacă preancheta este o reflecție critică asupra ipotezelor cercetării, înscriindu-se astfel în sfera metodologiei, pretestarea este o reflecție critică asupra instrumentelor de cercetare (chestionare, ghid de observație sau de interviu) vizînd sfera de interese a tehnologiei (a perfecționării tehnicilor de cercetare). Jan Szczepański consideră că în această etapă pot fi standardizate instrumentele de investigație. Standardizarea tehnicilor de cercetare constă în stabilirea lor exactă; de pildă, o anchetă standardizată constă în aceea că fiecăruia dintre cei anchetați i se pune o întrebare identică, într-o formulare identică, cu o intonație identică etc., pentru a asigura astfel obținerea unui răspuns care să constituie o reacție la exact același stimul[47]. Între preanchetă și pretestare există același raport ca și între metodologia și tehnica cercetării. În raport cu metodologia sînt folosite două sau mai multe tehnici de cercetare integrate. Adecvența tehnicilor la obiectul de cercetat este o garanție a validității concluziilor. În ce constă, în fond, pretestarea și ce elemente noi poate să

[47] JAN SZCZEPAŃSKI, *Probleme metodologice controversate ale sociologiei contemporane poloneze,* în *Teorie și metodă în științele sociale,* vol. II, Editura politică, București, 1966, pp. 38—39.

aducă ea? Pretestarea unui chestionar poate aduce în discuție accesibilitatea limbajului, a terminologiei folosite. Subiecții folosiți în pretestare pot fi interogați asupra înțelesului unor termeni incluși în chestionar. Prin aceasta se semnalează ambiguitatea unor expresii, dar și receptarea acestora de către subiecți. Se cere totdeauna o adecvare a terminologiei la nivelul de cultură al populației cercetate. Nerespectarea acestui deziderat duce la colecționarea unor informații aparent relevante. Tehnica de cercetare poate masca astfel realitatea. Unele întrebări din chestionar — în urma pretestării — vor trebui reformulate, altele dublate sau incluse într-un alt context. Pretestarea are ca scop evidențierea și a unor aspecte legate de aplicarea propriu-zisă a chestionarelor: forma acestora, formula introductivă, timpul necesar aplicării etc. Un element deosebit de important pus în evidență prin pretestare se referă la sensibilitatea chestionarului, adică la capacitatea de a se obține răspunsuri diferite ca intensitate și direcție la același stimul-întrebare.

Pretestarea chestionarului, *Tineretul și imaginea viitorului* ne-a condus la concluzia că utilizarea unor răspunsuri: *mai mult, la fel, mai puțin* nu este suficient de sensibilă; majoritatea subiecților anchetați indicau ca răspuns: *mai mult*. Am introdus atunci o scală cu cinci valori: *mult mai mult, mai mult, la fel, mai puțin, mult mai puțin*. Prin aceasta noi considerăm că am sporit gradul de sensibilitate a instrumentului folosit. De asemenea, pretestarea poate furniza informații prețioase referitoare la imaginea ce și-o formează cel ce răspunde cu privire la instrumentul cercetării, la problematică și, mai general, la însăși cercetarea proiectată.

Aceste informații se recoltează în urma unor discuții cu subiecții asupra cărora s-a făcut pretestarea. Pretestarea se realizează asupra unor persoane care nu vor intra ulterior în eșantionul calculat, dar care prezintă aceleași caracteristici cu cele ale persoanelor alcătuind universul anchetei. Numărul persoanelor pretestate este foarte mic în comparație și cu universul anchetei și cu mărimea eșantionului. Pentru un eșantion de circa 1 000 de persoane sînt suficiente 10—20 de persoane pentru pretestare.

Un procedeu interesant pentru stabilirea distorsiunilor izvorîte din imaginea pe care și-o face subiectul anchetat

față de ancheta sociologică și față de anchetator este așanumita *pretestare fără răspuns*, propusă de către sociologul american M. T. Orne. Prin acest procedeu de pretestare, subiectului i se prezintă chestionarul spre a fi citit și fără să i se ceară să răspundă la întrebări, este invitat să spună ce anume crede el că se urmărește prin ancheta proiectată. *Pretestarea fără răspuns* pornește de la ipoteza că subiecții anchetați au tendința de a contribui prin răspunsurile lor la reușita scopului propus de anchetator[48].

VIII. În urma pretestării, se poate trece la *definitivarea instrumentelor de cercetare*. Aceasta este o nouă etapă în pregătirea investigației, imediat premergătoare aplicării „în teren" a instrumentelor astfel definitivate. Etapa de definitivare a instrumentelor vizează elementele de conținut, dar și cele de prezentare a instrumentelor: de exemplu, punerea în pagină, formatul ghidului de interviu etc. Asupra acestor elemente se va stărui în alt capitol al lucrării.

IX. De asemenea, o tratare mai amplă a celei de-a noua etape: *aplicarea „în teren" a instrumentelor de cercetare* — cu referire specială la chestionar și interviu — va fi realizată în capitolul III. Aici facem numai remarca: este greșit a se identifica investigația fenomenelor sociale cu aplicarea în teren a instrumentelor de cercetare. Simțul comun comite acest păcat: reține doar ceea ce este manifestat, exterior. Aplicarea în teren a instrumentelor de investigație este doar o etapă — e adevărat, importantă — dar nu cea mai importantă și nici cea mai extinsă ca durată.

X. *Prelucrarea datelor, a informațiilor* obținute prin aplicarea în teren a instrumentelor. Informațiile culese, pentru a fi utilizate, trebuie clasificate, înseriate și pregătite în vederea prelucrării lor matematice. Nu numai informațiile rezultate din aplicarea chestionarului sau a interviului vor fi codificate. Codificarea, ca operație de atribuire a fiecărei categorii de informații a unui număr sau litere, poate fi întîlnită și în prelucrarea datelor re-

[48] TIBERIU BOGDAN, *Pretestarea fără răspuns*, în *Metode și tehnici ale sociologiei*. Coord. Miron Constantinescu și O. Berlogea, Editura didactică și pedagogică, București, 1970, pp. 60—62.

zultate din observația directă sau indirectă și în pregătirea pentru analiză a datelor experimentale. În fond, este vorba de stabilirea semnificației datelor obținute și de construire a unor categorii corespunzătoare ce vor fi notate convențional cu cifre de cod. În acest sens, „codificarea este un moment al cunoașterii — și unul din momentele esențiale — deoarece în cadrul acestei operații se trece la condensarea, sistematizarea și normalizarea informațiilor"[49]. Cel care realizează codificarea face o analiză și o interpretare a informațiilor cu scopul de încadrare a lor în categorii exclusive. Există riscuri seriose legate tocmai de acest moment al interpretării informațiilor. În funcție de atitudinea și opinia celui ce codifică — conștient sau nu — faptele de observație, răspunsurile la chestionare, sînt introduse într-o clasă sau în alta, sînt diferit codificate. Experiențele au arătat că între mai multe codificări există totdeauna discrepanțe în ceea ce privește repartizarea informațiilor în diferitele categorii. Mai mult, există discrepanțe serioase chiar în activitatea unuia și aceluiași codificator. În legătură cu codificarea se ridică problema validității, a fidelității și a sensibilității acesteia. Validitatea codificării este dificil de pus în evidență. Ea se referă la valoarea raporturilor dintre conținutul informației și categoriilor stabilite, pe de o parte, și între aceste categorii și obiectivele investigației, pe de altă parte. Fidelitatea, mai ușor de pus în evidență, este dată de constanța codificării acelorași informații, fie de către mai mulți codificatori în același timp sau de recodificare, după scurgerea unui interval de timp, a acelorași informații de către unul și același codificator. Sensibilitatea codificării se referă la diferențierile dintre categoriile de clasificare a informațiilor. Aceste categorii trebuie să permită repartiția pe o scală mai largă a informațiilor. Cînd ne referim la codificarea informațiilor obținute cu ajutorul chestionarului sau a interviului avem în vedere repartizarea răspunsurilor în mai multe categorii și atribuirea fiecărei categorii de răspuns a unui număr de cod. În cazul întrebărilor simple, la care gama răspunsurilor este limitată, stabilirea unui sistem de categorii

[49] ION CAUC, *Principii metodologice de elaborare a unui model pentru prelucrarea automată a informațiilor rezultate din anchetele sociologice*, în „Viitorul social", nr. 1, 1973, p. 83.

(a unui cadru de codificare) nu ridică nici un fel de dificultate. La întrebarea: „Ați citit vreun ziar în cursul zilei de ieri?" răspunsurile nu pot fi altele decît: *Da, Nu, Nu-mi amintesc* sau *Non-răspunsul*. Atribuind cifre de cod, cadrul de codificare va apărea astfel: Da=1; Nu=2; Nu-mi amintesc=3; Non-răspuns=4.

Variantele de răspuns pot fi limitate de factori naturali: în ceea ce privește sexul, nu sînt de prevăzut decît două coduri (M=1; F=2) sau de factori juridici: referitor la starea civilă nu sînt posibile decît cinci variante de răspuns și respectiv cinci coduri: celibatar=1; căsătorit==2; văduv=3; divorțat=4; non-răspuns=5. Uneori, însă, numărul variantelor de răspuns este foarte mare, ajungînd pînă la 1 000 de categorii, de cifre de cod. Este cazul, de exemplu, al recensămîntului populației din Franța, în 1954, cînd pentru stabilirea activităților profesionale au fost prevăzute în jur de 1 000 de rubrici. Cînd numărul codurilor este mare, la prelucrarea materialului în vederea publicării rezultatelor se procedează la o regrupare a codurilor, construindu-se categorii mai largi. Astfel, în cazul recensămîntului la care ne-am referit, informația a fost condensată mai întîi în 600 de categorii, apoi în 41 și în final în 9 mari branșe de profesii. Restrîngerea numărului de categorii de răspunsuri este impusă în sondaje — în unele cazuri — și de volumul restrîns al eșantioanelor utilizate, fapt ce duce la repartiția unui număr mic de cazuri în cadrul fiecărei categorii, făcînd astfel imposibilă exprimarea procentuală sau aplicarea testelor de semnificație.

În practica construirii și aplicării chestionarelor, în afara *codurilor simple*, sînt folosite și *coduri combinate*, care permit descrierea multiplelor asociații de variante simple de răspuns. La întrebarea: *Ce ziare obișnuiți să citiți?* pot fi prevăzute următoarele variante de răspuns și, respectiv, următoarele coduri simple:

Scînteia 1
România liberă 2
Scînteia tineretului 3
Munca 4
Ziare județene 5
Ziare uzinale 6
Altele 7
Nu răspunde 8

La prelucrare, nu există nici o dificultate dacă cei intervievați obișnuiesc să citească doar un singur ziar. Dacă însă obișnuiesc să citească două, trei sau mai multe ziare? Construirea tuturor asociațiilor posibile de răspunsuri și acordarea fiecăreia a cîte o cifră de cod este o operație dificilă, care presupune în continuare o lungă listă de coduri:

Scînteia și *România liberă*	9
Scînteia și *Scînteia tineretului*	10
Scînteia și *Munca*	11
Scînteia și *ziarul județean*	12
Scînteia și *ziarul uzinal*	13
Scînteia și *alt ziar*	14
România liberă și *Munca*	15
România liberă și *Scînteia tineretului*	16
România liberă și *ziarul uzinal*	17
România liberă și *ziarul județean*	18
România liberă și *alt ziar*	19
Scînteia tineretului și *Munca*	20
Scînteia tineretului și *ziarul județean*	21
Scînteia tineretului și *ziarul uzinal*	22
Scînteia tineretului și *alt ziar*	23
Munca și *ziarul județean*	24
Munca și *ziarul uzinal*	25
Munca și *alt ziar*	26
Ziarul județean și *ziarul uzinal*	27
Ziarul județean și *alt ziar*	28
Ziarul uzinal și *alt ziar*	29

Urmează apoi asociații de cîte trei, patru ș.a.m.d. titluri de ziare, ajungîndu-se în final la un număr foarte mare de cifre de cod.

Există însă posibilitatea codificării fiecărui ziar prin cifra 2 la puterea: 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, (2^0=1), lista de coduri prezentîndu-se astfel:

Scînteia	1
România liberă	2
Scînteia tineretului	4
Munca	8
Ziare județene	16
Ziare uzinale	32
Alte ziare	64
Nu răspunde	x

Asociațiile de două sau mai multe titluri de ziare vor primi cifra de cod rezultată din suma codurilor lor:

Scînteia și *România liberă*	3
Scînteia și *Scînteia tineretului*	5
Scînteia și *Munca*	9
Scînteia, Munca, ziarul uzinal	41
România liberă, Munca și *ziarul județean*	26

Se observă că suma reprezentînd codul asociației de răspunsuri nu poate descrie decît o singură combinație (de titluri de ziare, ca în exemplul nostru). Codul 19 nu poate semnifica decît combinația: 16+2+1, adică *Ziarul județean, România liberă* și *Scînteia*. La decodificare se descompune succesiv cifra de cod combinat în cele mai mari puteri ale lui 2. Astfel, codul 50 este compus din $32=2^5$, ca fiind cea mai mare putere a lui 2 care se cuprinde în 50. Apoi scădem 32 din 50. Cea mai mare putere a lui 2 care se cuprinde în 18 (diferența rezultată) este $16=2^4$. Apoi, 18—16=2, adică 2^1. Rezultă că cifra de cod 50 descrie combinația: *România liberă, ziarul județean, ziarul uzinal.*

Utilizarea codurilor combinate este necesară ori de cîte ori în chestionarele precodificate se permite celor anchetați să aleagă mai mult decît o singură variantă de răspuns.

Operația de codificare se complică cînd este vorba de întrebări vizînd atitudinile și opiniile subiectului, cînd sînt folosite întrebările deschise și, mai ales, cînd într-o anchetă au fost consemnate cît mai literal cu putință răspunsurile. În aceste cazuri este necesar a se aplica *analiza de conținut* pentru clarificarea răspunsurilor. Analiza de conținut — conform definiției clasice a lui B. Berelson — „este o tehnică de cercetare prin descrierea obiectivă, sistematică și cantitativă a conținutului manifest al comunicațiilor, avînd ca scop interpretarea lor".

Cercetările lui J. Durbind și A. Stuart (1954), deși efectuate asupra unui număr foarte restrîns de codificatori, au pus în evidență discrepanțe în cazul recodificărilor ce se ridică pînă la 32%. Totdeauna se manifestă multă atenție în selectarea anchetatorilor, a operatorilor de anchetă; se neglijează însă în multe cazuri alegerea unor buni codificatori care, se înțelege, vor trebui să posede alte calități decît cele ale operatorilor de anchetă. Pentru a

stabili cadrul de codificare la întrebările deschise, codificatorul trebuie să citească 10—20% din chestionarele aplicate, iar semnificația răspunsurilor este trecută într-o listă. Se constată frecvența apariției fiecărei semnificații. Se grupează semnificațiile apropiate în categorii mai largi, cărora li se dau numere de cod.

Probleme speciale de codificare ridică și *clasificarea cantitativă*, adică repartizarea „unităților observate" după caracteristici exprimate printr-un număr (de exemplu: repartiția indivizilor cuprinși în anchetă după vîrstă, numărul absențelor nemotivate de la serviciu etc.). În primul rînd trebuie stabilit dacă variația caracteristicii, în raport cu care se face clasificarea în vederea codificării, este *discretă* (se face prin întreruperi) sau *continuă*. Repartiția muncitorilor dintr-o ramură industrială după numărul de întreprinderi în care au lucrat dă naștere unei grupări după o caracteristică cu variație discretă, exprimată prin unități întregi: una, două, trei ș.a.m.d. întreprinderi schimbate. Repartiția după vîrstă a acelorași muncitori ar implica o grupare după o caracteristică cu variație continuă, întrucît timpul poate fi măsurat nu numai în ani, luni, zile, ore, minute, secunde, dar și în zecimi, sutimi, și chiar milionimi de secundă. În practică, o astfel de măsurare nu este posibilă și nici nu ar ajuta cu nimic cunoașterii științifice. Pentru clasificarea după vîrstă, este suficient să ne oprim la vîrsta în ani împliniți, practicînd astfel o soluție de continuitate. În continuare, trebuie stabilit numărul de grupări în care să se facă repartiția. Dacă am grupa populația țării după ani de vîrstă, ar rezulta peste 100 de categorii, ceea ce nu ar fi semnificativ. Se procedează în acest caz la fixarea *intervalelor de grupare*, prin precizarea numărului de variante ale caracteristicii ce urmează a fi incluse în aceeași categorie. Amplitudinea variației caracteristicii luate drept criteriu de clasificare se împarte la numărul convenit de grupări, de unde rezultă mărimea intervalului de grupare. Se înțelege că aceste intervale vor fi egale.

Pentru stabilirea aproximativă a intervalelor de grupare, poate fi utilizată și formula propusă de către H. A. Sturges:

$$i = \frac{m_{max} - m_{min}}{1 + 3,322 \ log \ N}$$

unde:

N reprezintă numărul de unități observate;
m_{max} — valoarea maximă a caracteristicii;
m_{min} — valoarea minimă a caracteristicii.

Dacă într-o întreprindere industrială 498 de muncitori au lucrat peste program între 12 și 58 de ore lunar, intervalul de grupare va fi aproximativ:

$$i = \frac{58 - 12}{1 + 3,322 \cdot log \ 498} = \frac{46}{1 + 3,322 \cdot 6,104} = \frac{46}{21,277} = 2,161$$

Intervalul de grupare, în acest caz, va fi după formulă, numărul întreg cel mai apropiat de valoarea obținută, adică 2. Stabilirea mărimii intervalelor și, deci, a numărului grupărilor nu este o operație mecanică; ea este subordonată — așa cum se știe — scopului de a obține categorii (clase) cît mai omogene din punct de vedere calitativ și nu obținerii unui echilibru între numărul de unități din fiecare grupă.

Cînd variația caracteristicii prezintă o amplitudine mare, este necesară stabilirea de intervale neegale. Împărțind populația dintr-o colectivitate în grupe de vîrstă cu intervale egale, vor rezulta grupări cu frecvență nulă sau singulară. De aceea, repartiția pe vîrste se face în grupe cu intervale neegale, care se măresc odată cu înaintarea în vîrstă.

Grupele marginale cu intervale egale sau neegale pot fi închise, sau deschise, avînd limitele inferioară și superioară stabilite sau nu.

Iată cîteva tipuri de grupări în vederea codificării:

A. Vîrsta	*Codul*	
De la 0 la 20 ani	1	
De la 21 la 40 ani	2	
De la 41 la 60 ani	3	
De la 61 la 80 ani	4	Grupare cu intervale egale
De la 81 la 100 ani	5	și intervale marginale în-
De la 101 la 120 ani	6	chise la ambele capete.
De la 121 la 140 ani	7	
Nonrăspuns	8	

B. *Vîrsta*	*Codul*	
De la 0 la 1 an	1	
De la 2 la 7 ani	2	
De la 8 la 14 ani	3	
De la 15 la 25 ani	4	Grupare cu intervale neegale și intervale marginale deschise la limita superioară.
De la 26 la 40 ani	5	
De la 41 la 60 ani	6	
Peste 60 de ani	7	
Nonrăspuns	8	

De regulă, pentru simplificarea calculelor, intervalele marginale se închid. Cînd rămîn deschise, cercetătorul consideră limita superioară a intervalului ca fiind limita de dezvoltare pe care o poate avea caracteristica luată în considerație. Gruparea marginală:

Peste 60 de ani 7

într-o întreprindere este limitată de vîrsta legală de pensionare. Uneori este necesară deplasarea limitelor pentru grupările marginale sau distribuția frecvențelor în interiorul acestor grupări, pe baza cunoștințelor de specialitate.

Fixarea limitelor rămîne însă o problemă în atenția codificării. O astfel de grupare:

Vîrsta	*Codul*	
Pînă la 20 ani	1	
De la 20 la 40 ani	2	Grupare cu intervale egale și intervale marginale deschise la ambele capete.
De la 40 la 60 ani	3	
Peste 60 ani	4	
Nonrăspuns	5	

creează dificultăți de codificare: ce cod dăm variantei de răspuns „20 de ani"?

Pentru a se elimina dificultățile, în practica investigațiilor sociologice, s-a convenit ca limita superioară a unui interval să fie cu o unitate mai mică decît limita inferioară a intervalului următor, gruparea luînd astfel de valori:

Vîrsta	*Codul*
Pînă la 20 ani	1
De la 21 la 40 ani	2
De la 41 la 60 ani	3
Peste 60 ani	4
Nonrăspuns	5

Tot în practica cercetărilor sociologice se consideră mai indicat să se prevadă limite diferite de „numerele rotunde" (multiplii de 10 sau de 5), întrucît s-a constatat o atracție a numerelor care se termină cu 0; persoanele în vîrstă de 41 de ani declarînd că au „rotund" 40 de ani, cele de 19 că au 20 ș.a.m.d. Prof. Gabriel-R. Chevry, analizînd recensămîntul din 1851 din Franța și pe cel din Abidjan din 1955, explică piramida vîrstelor *(Fig. 7.)* prin atracția numerelor rotunde și propune pentru stabilirea vîrstei populației:

a) consemnarea anului de naștere, nu a vîrstei (în ani împliniți);

b) utilizarea intervalelor de grupare care au în centru anii terminați printr-un zero[50].

În această ordine de idei este de preferat gruparea:

0 — 4 ani
5 — 14 ani
15 — 24 ani
25 — 35 ani
. . . . . .

Operația de codificare permite prezentarea informațiilor obținute prin aplicarea „la teren" a instrumentelor de cercetare sub forma tabelelor. Prezentarea sub forma tabelelor a codurilor în vederea totalizării frecvenței lor de apariție poartă numele de tabulare. Ea poate fi realizată manual, în cazul unui număr mic de chestionare, mecanic sau electronic, cu ajutorul cartelelor perforate și al calculatoarelor electronice.

O cartelă de perforat tip *Hollerith* este formată dintr-o bucată de carton cu 80 de coloane, fiecare coloană avînd

[50] GABRIEL—R. CHEVRY, *Pratique des enquêtes statistiques*, Paris, P.U.F., 1962, p. 49.

Cartelă perforată tip Hollerith

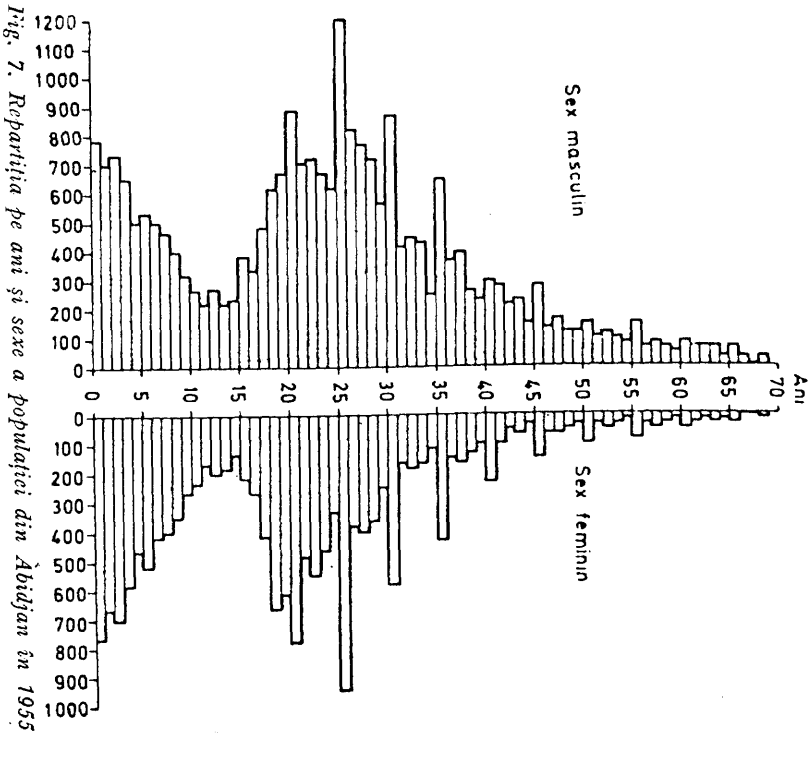


Fig. 7. Repartiția pe ani și sexe a populației din Abidjan în 1955

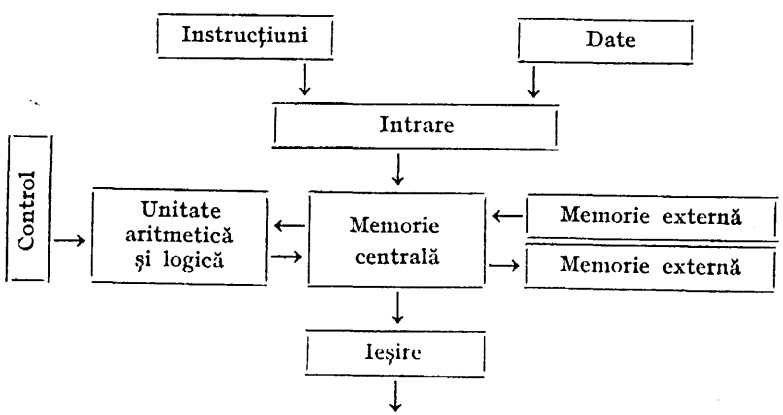
cîte 10 rînduri numerotate de la 0 la 9. Fiecărei întrebări din chestionar îi corespunde cîte o coloană. Variantele de răspuns se repartizează, conform cifrelor de cod, pe rîndul 0, 1, 2, 3 ... 9. Dacă la o întrebare sînt mai mult de 9 posibilități de răspuns, atunci trebuie prevăzute în programul pentru calculator, nu una, ci două coloane. Mașini de perforat speciale trec informația din chestionarele codificate în cartele. De exemplu:

Coloana	*Rîndul*	
35		(întrebarea 35) Domiciliul actual
	0	nu răspunde
	1	rural
	2	urban

Mașinile de perforat cartele pentru calculator au o claviatură asemănătoare cu cea a mașinilor de scris obișnuite. Un operator antrenat poate perfora circa 200 de cartele complete pe oră. Mașinile de perforat pot să copieze automat cartelele anterior perforate, în cazul în care se urmărește crearea unor dublete în vederea arhivării cercetărilor sociologice. Există *mașini de verificat* felul în care au fost perforate cartelele. Apăsînd greșit pe claviatura mașinii de perforat (ca și la dactilografiere), se introduc erori care pot duce la respingerea programului de la calculator. Mașinile de verificat cartelele perforate pot compara perforațiile cartelei cu ceea ce era prevăzut în program, semnalizînd optic și acustic orice neconcordanță. Viteza mașinilor de verificat este mai mică decît a mașinilor de perforat (circa 100 de cartele verificate pe oră).

Tabularea implică repartizarea variabilelor pe un sistem de axe rectangulare: pe verticală putînd fi trecută o variabilă sau două, pe orizontală fiind înscrisă o altă variabilă. Se obține astfel un tabel cu dublă sau cu triplă intrare.

Mașinile de tabulare au fost practic eliminate prin introducerea calculatoarelor electronice, care permit efectuarea în cadrul programului introdus a unor operații aritmetice și logice. Schema de funcționare a unui calculator electronic este următoarea:



Schema de funcționare a calculatorului electronic (după Claude Javeau).

Informația codificată trebuie să fie în prealabil înregistrată într-o foaie de prelucrare statistică sau într-un formular special, exemplu, *Fortran.*

Tabularea manuală, cel mai adesea, se execută de către două persoane: una dictează numărul chestionarului, numerele de cod corespunzătoare fiecărei întrebări, cealaltă înregistrează codurile în coloane ș.a.m.d. Trecerea datelor în formular, ca și în tabularea manuală sînt operații monotone, ce par unui neavizat ca fiind lipsite de importanță. Deși aceste operații nu presupun o pregătire specială, codificarea adecvată reprezintă o garanție pentru exactitatea și corectitudinea tabulogramelor prezentate fie spre tipărire, fie spre o analiză statistic mai laborioasă.

La construirea tabelelor de centralizarea datelor trebuie respectate o serie de reguli. Prof. Dumitru Hașegan le sintetizează astfel[51]:

1) — separarea subiectului de predicat; primul se trece în capătul rîndurilor, iar predicatul în capetele coloanelor. Sînt cazuri (foarte rare) cînd subiectul se trece în capetele coloanelor și predicatul în capetele rîndurilor sau cînd subiectul se trece atît în capetele rîndurilor, cît și în capetele coloanelor (tabelele combinate de corelație);

2) — unitatea de măsură comună tuturor indicatorilor se va preciza în titlul general al tabelului; în caz contrar, se va specifica sub fiecare indicator al predicatului sau într-o coloană specifică;

3) — numerotarea coloanelor în cazul în care unii indicatori sînt obținuți prin calcul din datele altor coloane;

4) — coloanele care definesc subiectul se vor nota cu litere;

5) — coloanele în care se înscrie predicatul se vor nota cu cifre arabe;

6) — rîndurile tabelelor nu trebuie să fie prea dese, iar în cazul mai multor rînduri, în tabel, la intervale de 5 rînduri se lasă un spațiu mai larg sau se trage o linie mai groasă;

7) — dacă sînt numere mari, ele se despart în clase. În cazul în care în tabel există și numere zecimale, nume-

[51] *Curs de statistică teoretică și economică*, Partea 1, Academia de Studii Economice, București, 1972, p. 389.

FOAIE DE PRELUCRARE STATISTICĂ

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
1																											
2																											
3																											
4																											
5																											
6																											
7																											
8																											
9																											
10																											
11																											
12																											
13																											
14																											
15																											
16																											
17																											
18																											
19																											
20																											
21																											
22																											
23																											
24																											
25																											
26																											
27																											

LUCRAT DE _____ VERIFICAT DE _____

Foaie de prelucrare statistică

FORTRAN

Program		*Pagina*
Programator	*Data*	*din*

C – Pentru comentarii	Nr. 5	6	INSTRUCȚIUNI FORTRAN	*Identificator Secvență*
		7 10 15 20 25 30 35 40 45 50 55 60 65 70		75

1 5 6 7 10 15 20 25 30 35 40 45 50 55 60 65 70 72 73 75

relor întregi li se adaugă atîtea zerouri după virgulă cîte zecimale au celelalte numere;

8) — numerele urmate de multe zerouri se scriu în mii, milioane etc.;

9) — în cazul în care fenomenul cercetat există în întreaga colectivitate, dar din anumite motive lipsesc datele pentru o grupă, în rubrica respectivă se pun trei puncte (. . .);

10) — dacă fenomenul nu există într-o grupă a colectivității, în rubrica respectivă se pune liniuță (—);

11) — tabelele statistice complexe trebuie însoțite de o notă explicativă.

XI. Ca ultimă etapă înaintea redactării finale a raportului de cercetare, *analiza rezultatelor* se face în perspectiva confirmării sau infirmării ipotezelor avansate. Statistic, se evaluează importanța fiecărei variabile, stabilindu-se dacă „mișcarea" variabilei este „semnificativă" sau nu, dacă depășește hazardul. Cercetînd *adaptarea și integrarea profesională a celor din mediul rural*, am avansat ipoteza că vîrsta, nivelul de școlaritate, vechimea în producție etc. influențează pozitiv asupra gradului de adaptare și integrare. Analiza rezultatelor se va face în raport cu o serie întreagă de variabile dependente: îndeplinirea normelor de producție, numărul absențelor nemotivate, frecvența luărilor de cuvînt în cadrul adunărilor de producție, satisfacția (declarată) de a face parte din colectivul respectiv etc. — ca indicatori ai integrării — care se corelează cu variabilele independente amintite (vîrstă, nivel de școlarizare etc.). Se stabilește apoi dacă corelația este statistic semnificativă sau nu, aplicîndu-se *testul de semnificație*, după formula propusă în 1900 de către Karl Pearson:

$$\chi^2 = \Sigma \frac{(fo - ft)^2}{ft}$$

unde:

fo reprezintă frecvențele observate;
ft — frecvențele teoretice;
Σ — suma termenilor.

lată, dintr-o cercetare proprie, *calcularea lui chi-pătrat pentru a vedea dacă între starea civilă și navetă există o legătură semnificativă statistic.*

	Localnici	*Navetiști*	*TOTAL*
Familiști	1536 A_1	752 B_1	
	4,172	7,330	2288
	(1458)	(830)	
Nefamiliști	662 A_2	498 B_2	
	8,221	14,485	1160
	(740)	(420)	
	2198	1250	3448

I) Determinarea frecvențelor teoretice.

$$A_1 \frac{2288 \cdot 2198}{3448} = \frac{502904}{3448} = 1458$$

A_2 2198 — 1458 = 740
B_1 2288 — 1458 = 830
B_2 1250 — 830 = 420

II) Calcularea lui chi-pătrat

	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$\frac{(f_0 - f_t)^2}{f_t}$
A_1	1536 — 1458 = 78	$78^2 = 6084$	$\frac{6084}{1453} = 4{,}172$
A_2	662 — 740 = — 78	$-78^2 = 6084$	$\frac{6084}{740} = 8{,}221$
B_1	752 — 830 = — 78	$-78^2 = 6084$	$\frac{6084}{830} = 7{,}330$
B_2	498 — 420 = 78	$78^2 = 6084$	$\frac{6084}{420} = 14{,}485$

$\chi^2 = 4{,}172 + 8{,}221 + 7{,}330 + 14{,}485 = 33{,}208$

Gradul de libertate: $f = (r - 1)\ (c - 1)$; unde r = nr. rîndurilor, iar c = nr. coloanelor

$$f = (2 - 1)\ (2 - 1) = 1$$

Tabela lui Fisher de valori χ^2

(Prescurtată)

f	*P = 0,99*	*0,98*	*0,95*	*0,90*	*0,10*	*0,05*	*0,02*	*0,01*
1	0,00016	0,00063	0,0039	0,0158	2,706	3,841	5,412	6,635
2	0,0201	0,0404	0,103	0,211	4,605	5,991	7,824	9,210
3	0,115	0,185	0,352	0,584	6,251	7,815	9,837	11,345
4	0,297	0,429	0,711	1,064	7,779	9,488	11,668	13,277
5	0,554	0,752	1,145	1,610	9,236	11;070	13,388	15,086
6	0,872	1,134	1,635	2,204	10645	12,592	15,033	16,812
7	1,239	1,564	2,167	2,833	12,017	14,067	16,622	18,475
8	1,646	2,032	2,733	3,490	13,362	15,507	18,168	20,090
9	2,088	2,532	3,325	4,168	14,684	16,919	19,679	21,666
10	2,558	3,059	3,940	4,865	15,987	18,307	21,161	23,209
11	3,053	3,609	4,575	5,578	17,275	19,675	22,618	24,725
12	3,571	4,178	5,226	6,304	18,549	21,026	24,054	26,217
13	4,107	4,765	5,892	7,042	19,812	22,362	25,472	27,688
14	4,660	5,368	6,571	7,790	21,064	23,685	26,873	29,141
15	5,229	5,985	7,261	8,547	22,307	24,996	28,259	30,578
16	5,812	6,614	7,962	9,312	23,542	26,296	29,633	32,000
17	6,408	7,255	8,672	10,085	24,769	27,587	30,995	33,409
18	7,015	7,906	9,390	10,865	25,989	28,869	32,346	34,805
19	7,633	8,567	10,117	11,651	27,204	30,144	33,687	36,191
20	8,260	9,237	10,851	12,443	28,412	31,410	35,020	37,566
21	8,897	9,915	11,591	13,240	29,615	32,671	36,343	38,932
22	9,542	10,600	12,338	14,041	30,813	33,924	37,659	40,289
23	10,196	11,293	13,091	14,848	32,007	35,172	38,968	41,638
24	10,856	11,992	13,848	15,659	33,196	36,415	40,270	42,980
25	11,524	12,697	14,611	16,473	34,382	37,652	41,566	44,314
26	12,198	13,409	15,379	17,292	35,563	38,885	42,856	45,642
27	12,879	14,125	16,151	18,114	36,741	40,113	44,140	46,963
28	13,565	14,847	16,928	18,939	37,916	41,337	45,419	48,278
29	14,256	15,574	17,708	19,768	39,087	42,557	46,693	49,588
30	14,953	16,306	18,493	20,599	40,256	43,773	47,962	50,892
f	*P = 0,99*	*0,98*	*0,95*	*0,90*	*0,10*	*0,05*	*0,02*	*0,01*

Pentru valori mai mari ale numărului de grade de libertate f, ne putem servi de expresia: $\sqrt{2\chi^2} - \sqrt{2f-1}$ ca de o abatere normală, cu eroarea standard egal cu unitatea. Extrasă din: R. A. Fisher, *Statistical Methods for Research Workers*, publicată de Oliver și Boyd, Edinburgh.

Valoarea calculată a lui χ^2 se compară cu valoarea lui *P* (probabilitatea) *din Tabela lui Fisher* la gradul de libertate calculat[52].

Tabla lui Fisher de valori chi-pătrat (χ^2)

f	*P = 0,99*	*P = 0,10*	*P = 0,05*	*P = 0,01*
1	0,00016	2,706	3,841	6,635

În cazul nostru, χ^2 fiind mult inferior valorii lui *P* la 0,01 respingem cu multă încredere ipoteza că starea civilă și tendința de navetă sînt independente, statistic constatîndu-se o legătură puternic semnificativă (*P*=0,5 reprezintă o corelație slabă; *P*=0,02 — o corelație puternică; iar *P*=0,01 — o corelație foarte puternică).

Tabel cu dublă intrare (corelație între 2 variabile)

Vîrsta / *Domiciliul*	*— 20*	*21 — 30*	*31 — 40*	*41 — 50*	*51 — 60*	*61 —*	*Total*
Rural							
Urban							
Total							

Tabel cu triplă intrare (corelație între 3 variabile)

Vîrsta / *Domiciliul*	*Sex*	*— 20*	*21 — 30*	*31 — 40*	*41 — 50*	*51 — 60*	*61 —*	Total
Rural	B							
	F							
Urban	B							
	F							
Total								

[52] Vezi. G. MILTON SMITH, *Ghid simplificat de statistică*, București, E.D.P., 1971, p. 165.

Totdeauna se va calcula, față de totalul populației anchetate în *cifre brute* și *procente*, repartiția pe grupuri de vîrstă, de exemplu, a celor care se declară satisfăcuți de munca lor, apoi a celor care îndeplinesc și depășesc norma de producție etc.

Stabilind *mărimile absolute* direct, prin numărare, putem să raportăm volumul unei grupări la volumul alteia. Într-o întreprindere industrială nu este lipsit de interes să comparăm numărul muncitorilor sub 20 de ani cu cel al muncitorilor peste 50 de ani, cînd repartiția pe categorii de vîrstă este:

Vîrsta (X)	*—20*	*21—30*	*31—40*	*41—50*	*51—*	*Total*
Nr. de cazuri (*f*)	50	213	108	69	12	452

sau să comparăm numărul acestora cu cel al întregului eșantion, pentru a vedea cît reprezintă din el. Se obțin astfel *mărimi relative:*

$\frac{50}{452}$ =0,1106, care pot fi exprimate sub forma *procentelor*, amplificînd fracția cu 100, a *promilelor* — amplificînd-o cu 1.000, a *prodecimilelor* sau *procentimilelor*, amplificînd-o cu 10.000 și, respectiv, 100.000.

În practica cercetărilor sociologice, cel mai adesea exprimarea mărimilor relative se face sub forma procentelor. Remarcăm faptul că exprimarea procentuală nu este indicată cînd numărătorul fracției (volumul populației) este mai mic decît 30 (30 constituind „cel mai mic număr mare"). Prin exprimarea procentuală se urmărește simplificarea, nu amplificarea mărimilor absolute. Nu se poate spune că într-o căsătorie sînt 50% bărbați și 50% femei?!

$$\left(\frac{1}{2} \times 100 = 50\right).$$

Întreaga colectivitate sau fiecare grupare în parte urmează să fie caracterizată printr-o serie de *mărimi medii*, între care *media aritmetică*, reprezentînd suma valorilor înregistrate, divizată la numărul cazurilor, este cel mai larg utilizată. Dacă valorile individuale ale caracteristicii

(vîrsta, în cazul nostru) au fost înregistrate cîte o singură dată, se aplică formula *mediei aritmetice simple:*

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{N}$$

unde:

X reprezintă valorile înregistrate;
N — numărul de observații (cazurile)
Σ — sumă

Media aritmetică ponderată, în cazurile în care unele valori apar de mai multe ori, se calculează după formula:

$$\bar{X} = \frac{\Sigma fX}{N}$$

unde:

$\bar{X}$ reprezintă media aritmetică;
X — valorile înregistrate;
N — numărul de observații;
Σ — suma;
f — frecvența cu care apar valorile.

Pentru cei 10 muncitori din categoria de vîrstă 51—60 ani, *distribuția de frecvență a fost următoarea:*

Valorile caracteristicii (Vîrsta)	*Nr. de observații (nr. de muncitori)*	*Ani*
X	f	$f \times X = fX$
51	1	$1 \times 51 = 51$
52	0	$0 \times 52 = 0$
53	3	$3 \times 53 = 159$
54	2	$2 \times 54 = 108$
55	0	$0 \times 55 = 0$
56	2	$2 \times 56 = 112$
57	0	$0 \times 57 = 0$
58	1	$1 \times 58 = 58$
59	1	$1 \times 59 = 59$
60	0	$0 \times 60 = 0$
	$f = N = 10$	$\Sigma fX = 547$

$$\bar{X} = \frac{\Sigma fX}{N} = \frac{547}{10} = 54{,}7$$

Media aritmetică este puternic influențată de valorile extreme ale seriei. De aceea, pentru a caracteriza distribuția, trebuie calculată împrăștierea valorilor în jurul mediei. Într-o astfel de distribuție:

Valorile caracteristicii (Vîrsta)	*Nr. de observații (nr. de muncitori)*	*Ani*
X	f	$f \times X = fX$
51	0	$0 \times 51 = 0$
52	0	$0 \times 52 = 0$
53	0	$0 \times 53 = 0$
54	5	$5 \times 54 = 270$
55	4	$4 \times 55 = 220$
56	0	$0 \times 56 = 0$
57	1	$1 \times 57 = 57$
58	0	$0 \times 58 = 0$
59	0	$0 \times 59 = 0$
60	0	$0 \times 60 = 0$
	$\Sigma f = N = 10$	$\Sigma fX = 547$

$$\bar{X} = \frac{\Sigma fX}{N} = \frac{547}{10} = 54{,}7$$

media aritmetică este aceeași ca în distribuția anterioară (54,7 ani), însă problemele sociale legate de organizarea celor 10 muncitori, de exemplu, într-o echipă vor fi diferite, pentru că în acest al doilea caz formația de lucru va fi omogenă sub raportul vîrstei, fapt ce va permite, probabil, integrarea mai rapidă a muncitorilor. În primul caz, *amplitudinea variației* valorilor caracteristicii (vîrstei) este 8,

$$A_x = X_{max} - X_{min} = 59 - 51 = 8$$

în timp ce cîmpul de împrăștiere a variației celei de a doua distribuții (amplitudinea variației) este mult mai mică (3).

$$A_x = X_{max} - X_{min} = 57 - 54 = 3.$$

A calcula însă numai amplitudinea variației nu este suficient; trebuie să vedem cu cît se depărtează de medie fiecare observație (caz) în parte:

$$d = X - \bar{X}$$

unde:

d reprezintă abaterea unei variante a caracteristicii față de medie
X — valoarea caracteristicii (varianta)
$\bar{X}$ — media aritmetică

precum și media acestor abateri:

$$\bar{d}_x = \frac{\Sigma|X-\bar{X}|}{N}$$

unde:

$\bar{d}_x$ reprezintă *abaterea medie liniară*
X — valoarea caracteristicii (varianta)
$\bar{X}$ — media aritmetică

Potrivit unor considerente matematice este mai avantajoasă utilizarea pătratelor diferențelor: $(X-\bar{X})^2$ decît diferențele ca atare. Se calculează astfel *dispersia*, ca o expresie a diferenței dintre media pătratelor valorilor caracteristicii și pătratul mediei caracteristicii respective:

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma(X-\bar{X})^2}{N} \quad \text{(pentru o serie simplă)}$$

sau*:

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma(X-\bar{X})^2 f}{\Sigma f} \quad \text{(pentru o serie de frecvențe variate)}$$

* Prin simplificări se poate ajunge la formule mai simple de calculare a dispersiei:

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma X^2}{N} - (\bar{X})^2$$

sau

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma X^2 f}{\Sigma f} - (\bar{X})^2$$

unde:

σ^2 reprezintă dispersia (deviația medie pătratică dintre observațiile individuale și media aritmetică);

X — valoarea caracteristicii (varianta);

$\bar{X}$ — media aritmetică;

N — numărul de observații (cazuri);

f — frecvența.

În cazurile analizate de noi dispersia era 5,770.

Valorile caracteristicii (Vîrsta)	*Nr. de observații (Nr. de muncitori).*	*Media aritmetică*	$X - \bar{X}$	$(X - \bar{X})^2$	$(X - \bar{X})^2 f$
X	f	$\bar{X}$			
51	1	54,3	$51-54,3=-3,3$	$-3,3^2=10,89$	$10,89 \times 1=10,89$
52	0	54,3	$52-54,3=-2,3$	$-2,3^2=5,29$	$5,29 \times 0=0$
53	3	54,3	$53-54,3=-1,3$	$-1,3^2=1,69$	$1,69 \times 3=5,07$
54	2	54,3	$54-54,3=-0,3$	$-0,3^2=0,09$	$0,09 \times 2=0,18$
55	0	54,3	$55-54,3=+0,7$	$0,7^2=0,49$	$0,49 \times 0=0$
56	2	54,3	$56-54,3=+1,7$	$1,7^2=2,89$	$2,89 \times 2=5,78$
57	0	54,3	$57-54,3=+2,7$	$2,7^2=7,29$	$7,29 \times 0=0$
58	1	54,3	$58-54,3=+3,7$	$3,7^2=13,69$	$13,69 \times 1=13,69$
59	1	54,3	$59-54,3=+4,7$	$4,7^2=22,09$	$22,09 \times 1=22,09$
60	0	54,3	$60-54,3=+5,7$	$5,7^2=32,49$	$32,49 \times 0=0$
	$f=10$				$\Sigma (X-\bar{X})^2 f=57,70$

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma(X - \bar{X})^2 f}{\Sigma f} = \frac{57,70}{10} = 5,770$$

în cel de al doilea caz era mult mai mică, seria fiind foarte omogenă.

Dispersia, ca medie pătratică, reprezintă o suprafață; pentru a o putea înscrie de-a lungul unei scări liniare

trebuie extrasă rădăcina pătrată, obținîndu-se astfel *deviația medie standard (abaterea tip)*

$$\sigma = \sqrt{\frac{\Sigma(X - \bar{X})^2}{N}} \quad \text{(pentru o serie simplă)}$$

sau:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(X - \bar{X})^2 f}{\Sigma f}} \quad \text{(pentru o serie de frecvențe variate).}$$

Deviația medie standard, cel mai frecvent utilizată în prelucrarea datelor din cercetările sociologice, servește la calcularea altor indici și la stabilirea *semnificației diferenței dintre două medii*, după formula:

$$|Z| = \frac{|\bar{X}_1 - \bar{X}_2|}{\sqrt{\frac{\sigma_1^2}{N_1} + \frac{\sigma_2^2}{N_2}}}$$ („raportul critic", pentru cazurile în care $N > 30$)

sau:

$$|t| = \frac{|\bar{X}_1 - \bar{X}_2|}{\sqrt{s^2\left(\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2}\right)}}$$ („distribuția $-T$" stabilită de Student (V. S. Gonsset), pentru cazurile în care $N < 30$)

unde, s — reprezintă estimarea dispersiei colectivității*.

Adesea sociologul este pus în situația de a calcula media aritmetică a grupărilor cu intervalele marginale deschise. În exemplul privind repartiția pe vîrste a muncitorilor (p. 112), intervalele marginale se închid, fixînd limitele: inferioară — 18 ani și superioară 65 de ani. Este firesc să considerăm că cei 12 muncitori din categoria de vîrstă „peste 50 de ani" se repartizează astfel: 10 muncitori în categoria 51—60 de ani și numai 2 muncitori în categoria 61—65 de ani. De asemenea, este firesc să considerăm că toate cazurile din aceeași categorie au aceeași valoare: mijlocul intervalului.

* Vezi: F. MILLS, *Metode statistice*, vol. I și II, D.C.S., p.121; I. RADU, *Metode statistice de prelucrare a datelor*, în *Psihologie generală* (sub red. Al. Roșca), E.D.P., București, 1966, p. 489.

Vîrsta (X)	*18—20*	*21—30*	*31—40*	*41—50*	*51—60*	*61—65*	*Total*
Nr. de cazuri (f)	50	213	108	69	10	2	452
Centrele de interval	19	25,5	35,5	45,5	55,5	63	

Folosind unele proprietăți ale mediei, formula de calcul simplificat a mediei aritmetice pentru serii de frecvențe variate este:

$$\bar{X} = \frac{\Sigma \frac{X-a}{k} f}{\Sigma f} \cdot k + a$$

unde:

- a — reprezintă o constantă (de regulă, centrul intervalului cu frecvența maximă)
- k — constantă (în cazul intervalelor egale k reprezintă mărimea intervalelor).

În cazul nostru, a=25,5 iar k=9.

Vîrsta (X)	*Nr. de cazuri* (f)	*Centrele de interval micșorate* $\frac{X-a}{k}$	*Produsul dintre centrele de interval micșorate și frecvențe* $\left(\frac{X-a}{k}\right)f$
18—20	50	$\frac{19-25,5}{9} = -0,72$	$-0,72 \times 50 = -36$
21—30	213	$\frac{25,5-25,5}{9} = 0$	$0 \times 213 = 0$
31—40	108	$\frac{35,5-25,5}{9} = 1,11$	$1,11 \times 108 = 119,98$
41—50	69	$\frac{45,5-25,5}{9} = 2,22$	$2,22 \times 69 = 153,18$
51—60	10	$\frac{55,5-25,5}{9} = 3,33$	$3,33 \times 10 = 33,3$
61—65	2	$\frac{63-25,5}{9} = 4,16$	$4,16 \times 2 = 8,32$
$f = 452$			$\Sigma\left(\frac{X-a}{k}\right)f = 278,78$

Rezultă că vîrsta medie a muncitorilor anchetați este:

$$\bar{X} = \frac{278,78}{452} \cdot 9 + 25,5 = 31 \text{ de ani}$$

În afara mediei aritmetice, pentru caracterizarea seriilor de date, în mod curent, se mai utilizează alți doi indicatori: *modulul* și *mediana,* care arată în jurul cărei valori se grupează distribuția frecvențelor.

Modulul, reprezentînd valoarea de frecvență maximă a distribuției, se situează, în cazul nostru, în grupa de vîrstă de 21—30 de ani.

Pentru calcularea lui exactă, în cazul seriilor de frecvență cu intervale, se utilizează formula:

$$M_0 = X_0 + d \frac{\Delta 1}{\Delta 1 + \Delta 2}$$

unde:

- M_0 — reprezintă valoarea modulară;
- X_0 — limita inferioară a intervalului modal;
- d — mărimea intervalului modal;
- Δ_1 — diferența dintre frecvența intervalului modal și frecvența intervalului precedent;
- Δ_2 — diferența dintre frecvența intervalului modal și frecvența intervalului următor.

În cazul nostru, valoarea modulară se situează spre capul din dreapta al seriei, întrucît clasa următoare celei modulare atrage valoarea modulului cu o forță proporțională cu frecvența ei (108):

$$M_0 = 21 + 9 \frac{213 - 50}{(213 - 50) + (213 - 108)} = 26,4$$

Mediana reprezintă valoarea caracteristicii X (vîrsta, de exemplu), care împarte populația ordonată după criteriul mărimii caracteristicii, considerate în două părți egale, astfel încît 50% să se găsească dedesubtul ei și 50% deasupra. Mediana se poate determina prin simpla numărare a cazurilor ordonate sau prin aplicarea formulei:

$$U^{me} = \frac{\Sigma f + 1}{2}$$

unde:

U^{me} — reprezintă unitatea mediană;
Σf — suma frecvențelor.

În exemplul luat de noi, mediana se situează tot în grupa de vîrstă 21 — 30 de ani, pentru că:

$$U^{m} = \frac{452 + 1}{2} = 226 \text{ sau } 227$$

Observăm că 50 de muncitori sînt sub vîrsta de 21 de ani, dar mai mult de 226 (sau 227) sînt de vîrstă sub 30 de ani. Va trebui să împărțim grupa de vîrstă 21—30 în două proporții: $\frac{226 - 50}{213} = 0{,}82$ și, respectiv: $\frac{263 - 226}{213} = 0{,}17$, astfel încît, pentru intervalul de clasă de 9 ani: $9 \times 0{,}82 = 7{,}38$ și $9 \times 0{,}17 = 1{,}53$, de unde rezultă că jumătate din muncitorii anchetați au vîrsta de: $21 + 7{,}38 = 28{,}38$ (28 ani și 5 luni) și jumătate din ei au vîrsta de peste 28 de ani și 5 luni.

Considerarea izolată a fiecărei variabile este primul pas al analizei primare. El este urmat de clasificarea încrucișată și de corelarea diferitelor variabile. Este corelată — de exemplu — vîrsta și sexul cu numărul de absențe nemotivate și nivelul de școlaritate. În acest fel, prin schimbarea succesivă a relațiilor dintre variabile se ajunge a se determina ceea ce este *statistic semnificativ*.

Cea mai simplă metodă de analiză a corelației dintre două fenomene este *diagrama de dispersie* (sau metoda norilor de puncte), care rezultă din înscrierea în planul axelor de coordonate a valorilor corespunzătoare caracteristicilor studiate. Este evident că atît intervalele de grupare, cît și numărul celor două caracteristici trebuie să fie egale, astfel încît „norul de puncte" (cazurile individuale) să apară sub forma unei elipse turtite cu axa pe diagonală în cazul corelațiilor pozitive și a corelațiilor negative sau sub formă neregulată în cazul în care nu există nici o corelație între cele două caracteristici. Trasînd vizual sau în urma determinării punctelor medii o linie pe densitatea maximă a punctelor, se obține o *dreaptă de regresie*, care permite evidențierea cazurilor aberante, îndepărtate de această dreaptă. Calcule mai complicate permit stabilirea *ecuației de regresie* și determinarea precisă

a dreptei de regresie. Ecuația dreptei de regresie este: $y = ax + b$. O metodă mai precisă de stabilire a gradului de corelație dintre două fenomene este dată de calcularea *coeficientului de corelație (r) (Bravais-Pearson)* după formula:

$$r = \frac{\Sigma (X - \overline{X}) \cdot (Y - \overline{Y})}{N \cdot sx \cdot sy}$$

unde:

r — reprezintă coeficientul de corelație;
N — numărul de observații (cazurile);
sx și sy — abaterile tip;
X și Y — caracteristice;
$\overline{X}$ și $\overline{Y}$ — mediile aritmetice.

Coeficientul de corelație a rangurilor ρ *(ro)* (Spearman) se calculează după formula:

$$\rho = 1 - \frac{6\Sigma d^2}{N(N^2 - 1)}$$

unde:

ρ (ro) — reprezintă coeficientul de corelație a rangurilor;
N — numărul de observații (cazurile);
d — diferența de rang.

Analiza rezultatelor pînă la acest punct este — așa cum remarca C. A. Moser — mai mult o descriere statistică a rezultatelor, prin intermediul distribuției de frecvență, a procentajelor, a mediei și dispersiei. Descoperirea unei relații direct proporționale între două variabile nu ne spune însă nimic în legătură cu raportul de cauzalitate, cele două variabile putînd fi determinate cauzal de o a treia. A infera de la corelație la cauzalitate înseamnă a interpreta rezultatele din perspectiva: a) succesiunii în timp a apariției variabilelor și b) influenței perturbatoare a altor variabile. Dacă constatăm o corelație pozitivă foarte ridicată între gradul de satisfacție față de munca depusă și nivelul de școlaritate, ne putem pune problema care este în realitate relația cauzală: faptul că individul a fost satisfăcut de munca lui l-a determinat să-și ridice nivelul de școlarizare (prin cursuri serale, de ridicare a calificării

etc.) sau faptul că și-a ridicat nivelul de școlarizare a determinat sporirea gradului de satisfacție în raport cu munca depusă? Succesiunea cronologică este totuși greu de stabilit, deși se poate imagina o tehnică de stabilire retrospectivă a opiniilor (ce sentimente avea subiectul înainte de frecventarea cursurilor de ridicare a calificării). Chiar și în această situație, rezultatul este foarte incert. Există cazuri în care stabilirea succesiunii cronologice nu ridică nici un fel de probleme. De exemplu, relația pozitivă dintre distanța de la locul de muncă la domiciliu și absenteism (întîrzieri). Chiar dacă stabilirea succesiunii cronologice este evidentă, nu se poate trage în mod automat concluzia: „după aceea, deci din cauza aceea". Trebuie văzută și acțiunea perturbatoare a celorlalte variabile. Satisfacția față de propria muncă poate fi influențată nu numai de ridicarea nivelului de școlaritate, dar și de ridicarea nivelului de retribuire. Relația poate fi reprezentată astfel:

$$Ş \rightarrow R \rightarrow S \qquad (1)$$

Școlaritate Remunerație Satisfacție

Schema explicativă poate căpăta alte forme, potrivit permutărilor succesive:

$$S \rightarrow R \rightarrow Ş \text{ sau } \underset{S \nwarrow \nearrow R}{Ş} \quad \underset{R \nwarrow \nearrow Ş}{S} \quad \underset{S \nwarrow \nearrow Ş}{R} \quad \text{(2) (3) (4) (5)}$$

$$\text{(6) } \underset{S}{Ş \quad R} \text{ sau } S \rightarrow Ş \rightarrow R \text{ (7)}$$

Pe rînd, se interpretează toate schemele posibile — urmărindu-se pe cît posibil succesiunea cronologică și descoperirea enunțurilor absurde, reținîndu-se ca plauzibile un număr de enunțuri care constituie explicația, raportul cauzal.

Uneori, legătura cauzală este inversă. Roland Pressat dă cîteva exemple de acest fel: „s-a constatat că ultimii-născuți se caracterizează printr-o proporție artificial ridicată de malformații"[53]. Prezintă aceștia malformații pentru că sînt ultimii-născuți sau pentru că prezintă malformații sînt ultimii-născuți?! Este mult mai plauzibil să presupunem că apariția unui copil handicapat descurajează cuplul familial de a mai face copii, astfel încît copilul cu malformații rămîne ultimul-născut.

Pentru stabilirea raportului de cauzalitate de la analiza bivariată se trece la *analiza multivariată*, care constă în introducerea succesivă a *„variabilelor-test"*. Dacă prin introducerea *variabilelor test* corelația dintre variabilele inițiale se menține și dacă există un raport de anterioritate temporală a variabilei independente față de variabila dependentă, atunci putem considera că ne aflăm *probabil* în fața unui raport de cauzalitate. Nu putem afirma cu certitudine că este vorba de un raport de cauzalitate, pentru că este imposibil să introducem toate variabilele-test: ne mărginim la introducerea cîtorva variabile-test, pe care le considerăm semnificative.

Prin introducerea variabilelor-test este posibil să descoperim că între variabilele inițiale nu există decît o corelație aparentă. De exemplu, într-o întreprindere în care lucrează 2 150 de muncitori (850 de femei și 1 300 de bărbați) se constată că există o corelație puternic semnificativă între sexul și atitudinea față de muncă.

Sex (x) • *Atitudine față de muncă (y)*	*Femei*	*Bărbați*	*Total*
Negativă	450	400	850
Pozitivă	400	900	1300
Total	850	1300	2150

Fără a calcula χ^2, observăm că valorile maxime și minime sînt încrucișate, fapt ce ne permite să afirmăm că între variabila *sex* (variabila independentă, notată cu x) și variabila: *atitudine față de muncă* (variabilă dependentă, notată cu y) există o corelație semnificativă. Introdu-

[53] ROLAND PRESSAT, *Analiza demografică*, București, Editura științifică, 1974, p. 27.

cînd variabila-test *pregătire profesională* (notată cu *t*), corelația dintre x și y dispare.

	Pregătire profesională (t)				
	Rea (t)		*Bună (t')*		*Total*
Sex (x) / *Atitudine față de muncă (y)*	*Femei*	*Bărbați*	*Femei*	*Bărbați*	
Negativă	400	200	50	200	850
Pozitivă	200	100	200	800	1300
Total	600	300	250	1000	2150

Dacă lucrurile se prezintă astfel, înseamnă că este greșit să afirmăm că sexul determină atitudinea față de muncă, chiar dacă există o corelație semnificativă între repartiția pe sexe și atitudinea muncitorilor.

Paul Lazarsfeld construiește un exemplu foarte sugestiv pentru a evidenția necesitatea de a trece în cadrul analizei datelor de la corelații statistice la stabilirea raportului de cauzalitate. El spune: s-a constatat că cu cît numărul mașinilor de pompieri care intervin în cazul unui incendiu este mai mare, cu atît pagubele incendiului sînt mai mari. Putem spune că aici există un raport de cauzalitate? Firește, că nu. Modelul situației este următorul[54]:

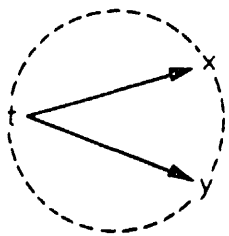


Fig. 8.

x = nr. mașinilor de pompieri ;
y = mărimea pagubelor ;
t = mărimea incendiului ;
..... = corelație statistică
——→ = legătură cauzală

[54] Cf. RENATE MAYNTZ, KURT HOLM, PETER HÜBER, *Einführung in die Methoden der empirischen Soziologie*, Westdeutscher Verlag, Köln und Opladen, 1969, p. 200.

12—26

Variabila test este cea care determină variațiile lui x și ale lui y, și din această cauză între x și y se constată o corelație. Corespunzător terminologiei propusă de Paul Lazarsfeld[55], în acest caz avem de-a face cu o *elaborare* de tip *MA*, adică o corelație marginală, în care variabila-test este anterioară:

$$x\ y = \left[(x\ y\ ;t) \underset{a}{\oplus} (x\ y\ ;\ t')\right] \oplus \left[(xt)\ \underset{b}{(ty)}\right]$$

Termenul $a = 0$; termenul $b \neq 0$

Potrivit schemei logice pe care o propune Lazarsfeld, pot fi identificate patru tipuri de elaborare:

Valoarea corelației / *Poziția variabilei-test*	$xt = 0$ / $xy\ ;\ t \neq 0$	$xt \neq 0$ / $xy\ ;\ t = 0$
Anterioară	*PA*	*MA*
Intermediară	*PI*	*MI*

Tipurile de elaborare *MA* și *MI*, rezultate prin introducerea variabilei-test dezvăluie o *corelație aparentă* între *variabila independentă* și *variabila dependentă*, iar tipurile de elaborare *PA* și *PI* pun în evidență *raportul de multicauzalitate:* variabila-test și variabila independentă determină variabila dependentă (vezi modelul de mai jos).

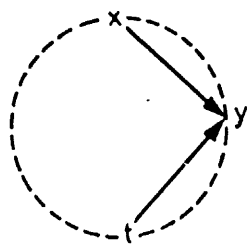


Fig. 9.

Așa cum remarca P. Lazarsfeld, între tipurile *PI* și *PA* există următoarea relație: dacă variabila-test este o condiție, variabila independentă este o contingență (tip *PA*),

[55] PAUL LAZARSFELD, *L'Interprétation des relations statistiques comme procédure de recherche*, în *Méthodes de la Sociologie*. Vol. II, *L'Analysé empirique de la causalité*, Paris, Mouton et Co., La Haye, 1967.

dacă variabila-test este o contingență, variabila independentă este o condiție (tip *PI*). Iată un exemplu de elaborare *PA* (după Renate Mayntz):

Se constată că între *satisfacția muncii* (variabilă independentă, x) și *satisfacția generală* (variabila dependentă, y), există o corelație statistică puternic semnificativă.

Satisfacție generală (y)	*Satisfacție muncă (x)*		
	mică	*mare*	*Total*
mică	280	120	400
mare	170	380	550
Total	450	500	950

Dacă introducem o variabilă-test: satisfacție a raporturilor din cadrul grupurilor primare (t) constatăm că se menține corelația dintre x și y.

Satisfacție generală (y)	*Satisfacție a raporturilor primare (t)*				*Total*
	mică (t)		*mare (t')*		
	Satisfacția muncii (x)		*Satisfacția muncii (x)*		
	mică	*mare*	*mică*	*mare*	
mică	130	20	150	100	400
mare	30	120	140	160	550
Total	160	140	290	260	950

Pornind de la aceste exemple, se poate da algoritmul stabilirii raportului de cauzalitate între x și y:

1) construirea unui tabel cu dublă intrare (x și y);
2) stabilirea coeficientului de corelație;
3) dacă există o corelație statistic semnificativă, sînt introduse variabile-test, prin construirea tabelelor cu triplă intrare (x, y, t);
4) stabilirea coeficientului de corelație (xy; t și yt);
5) dacă corelația xy; $t \neq 0$, se analizează dimensiunea temporală a variabilei-test în raport cu variabila independentă.

Se poate spune că, *dacă între x și y corelația x se menține, indiferent de factorul test introdus, atunci avem suficient temei să afirmăm că între x și y există o relație cauzală.*

Operațional, relația cauzală poate fi definită astfel: „O formulare va fi numită «cauzală» dacă relația este destul de puternică încît să fie folositoare sau interesantă; dacă nu necesită prea multe formulări de condiții marginale încît să-i afecteze generalitatea și importanța; dacă au fost încercate suficiente variabile posibile ca al treilea factor pentru a conferi oarecare asigurări că relația nu este falsă; și dacă relația poate fi conectată în mod deductiv la un corp de teorie mai mare (sau mai puțin satisfăcător) poate fi susținută de un set de propoziții auxiliare, care explică mecanismul, cu ajutorul căruia funcționează relația“[56].

Așadar, analiza rezultatelor presupune atît descrierea statistică, cît și explicația cauzală. Datele statistice, în sine, nu spun nimic. Cînd, în raport cu o anumită problemă, 60% din populația anchetată răspunde „da“, cum interpretăm acest lucru? Avem de-a face cu o populație omogenă și indecisă sau cu o populație heterogenă bine diferențiată?[57] Cu alte cuvinte, statistica nu poate arăta dacă există o probabilitate de 0,6 pentru fiecare individ de a răspunde „da“, fiind vorba de o instabilitate a răspunsurilor, sau dacă totdeauna 60% din subiecți vor răspunde „da“, ceea ce ar corespunde unei perfecte stabilități a atitudinilor și opiniilor.

Omul de știință nu este un simplu contabil: nu se poate mărgini în a trage concluzii doar din cifrele și datele prelucrate. El trebuia să „inventeze“, nu numai să „inventarieze“. Speculațiile controlate ale cercetătorului împing înainte cunoașterea prin generalizările empirice[58].

În afara analizei primare (cantitative și calitative) la care ne-am referit, astăzi se vorbește în sociologie tot mai insistent despre analiza secundară.

Analiza secundară, deși apare ca o tehnică foarte modernă de prelucrare a datelor arhivate, constînd din valorificarea datelor sub un alt punct de vedere decît acela pentru care au fost strînse, poate fi considerată o prelungire a modalităților de cercetare specifice sociologiei din

[56] JULIAN L. SIMON, *op. cit.*, p. 454.
[57] B. MATALON, *La mesure des attitudes*, în „Bull. psychol“, nr. 267, 1968, p. 586.
[58] ION IORDĂCHEL, *Teoria sociologică generală și teoria de rang mediu de generalizare*, în „Viitorul social“, *1*, nr. 2, 1972, p. 323.

a doua jumătate a secolului al XIX-lea[59]. La acea dată, cercetătorii sociali interpretau datele adunate de alte persoane sau instituții, de cele mai multe ori date statistice de origine administrativă, manifestîndu-se activ numai în selecționarea datelor, nu și în recoltarea lor. Este știut că nici Quételet, nici Durkheim și nici Thomas și Znaniecki n-au adunat date special consemnate pentru problemele pe care le-au cercetat; au folosit datele deja colectate și consemnate de alte persoane și instituții în alte scopuri decît cele ale temei supuse cercetării. É. Durkheim scoate din datele statistice oficiale despre sinucideri concluzii sociologice originale cu privire la integrarea socială *(Le suicide,* 1897). La fel procedează și Le Play în cercetările asupra muncitorilor europeni. La distanță de o jumătate de secol, H. Schelsky, în *Die skeptische Generation,* utilizînd tehnica analizei secundare, demonstrează încă o dată că acumularea datelor sociologice empirice poate contribui la progresul teoriei, că este posibilă o „macrosociologie empirică". Lucrarea lui P. Sorokin, *Social Mobility* (1927), este și ea un exemplu în acest sens[60]. Dificultățile sînt însă marcate de stadiul puțin dezvoltat al tehnicii analizei secundare, de necesitatea de a lua în discuție date primare foarte eterogene (statistici oficiale, sondaje, rezultatele experimentale de laborator). Desigur, este posibilă o analiză secundară și a datelor provenite din observație, experiment sau analiză de conținut, dar experiența acumulată și existența arhivelor pentru anchetele sociale arată că cea mai fructuoasă este analiza secundară a chestionarelor, aceasta cu atît mai mult cu cît astăzi cifra anuală a interviurilor este estimată la 10 milioane.

S-a stabilit că eșantioanele în jur de 2 000 de persoane asigură în același timp reprezentativitatea națională și accesibilitatea din punctul de vedere al costului. Problema costului devine centrală cînd se decide aplicarea analizei secundare. Trebuie răspuns la întrebarea: ce este mai puțin costisitor — să alcătuiești eșantioane pe anumite categorii de populație, să construiești noi eșantioane repre-

[59] ERWIN K. SCHEUCH, *Entwicklungsrichtungen bei der Analyse sozialwissenschaftlicher Daten,* în *Handbuch der empirischen Sozialforschung* (Hersg). René König, 1. Band 2 Auflage, Stuttgart, Ferdinand Enke Verlag, 1967, p. 655.

[60] REYMOND BOUDON, *Analyse secondaire et sondages sociologiques,* în „Cahiers internationnaux de sociologie", vol. XLVII, 1969, p. 5.

zentative pe țară sau să cumulezi date din mai multe chestionare anterior aplicate și păstrate în arhivă? De la caz la caz, se optează pentru una sau alta din soluții. De cele mai multe ori, însă, analiza secundară permite obținerea informațiilor dorite într-un interval de timp scurt și la un preț de cost acceptabil. Intervin însă probleme statistice, pentru că eșantioanele cumulate schimbă gradul de siguranță al rezultatelor. Mai mult, se ridică problema echivalenței indicatorilor*.

În cadrul anchetelor, succesiunea întrebărilor semnifică traducerea conceptelor sociologice în forma ipotezelor-test: conceptul este concretizat, spart în dimensiuni singulare, urmînd a fi izolate aspectele unitare ale realității. În fond, operaționalizarea conceptelor indică tocmai procesul invers al genezei lor (abstractizarea și generalizarea datelor senzoriale). Fiecare întrebare din chestionar este considerată de cele mai multe ori ca un indicator din „setul de dimensiuni" al conceptului, considerat ca fiind constituit dintr-un complex de aspecte și nu dintr-o simplă și direct observabilă realitate. În cadrul analizei primare, definită ca valorificarea datelor adunate de către cercetător în mod special pentru problema în raport cu care se face prelucrarea, din „universul indicatorilor posibili" se selecționează din motive de economie în cercetare doar un „eșantion" variabil ca mărime și consistență. Acest „eșantion de indicatori" servește pentru analiza și înțelegerea fenomenului complex, a faptului social, fiecare indicator fiind într-o relație probabilă cu ceea ce trebuie să măsoare în realitate. De la cercetare la cercetare, pentru definirea aceluiași concept pot fi luate în discuție eșantioane diferite de indicatori. Aceasta și permite construirea de noi sisteme de indicatori din întrebările formulate inițial, în scopul definirii altor concepte. Profesorul E. K. Scheuch, directorul *Arhivei centrale pentru cercetări sociologice empirice* a Universității din Köln, dă următorul exemplu pentru înțelegerea semnificației indicatorilor funcționali echivalenți. Întrebarea: „Discutați des cu vecinii despre politică?", în analiza primară, poate fi considerată ca indicator pentru interesul politic. Se înțelege că nu va fi singurul, dar va fi unul din „universul indicatorilor posibili", din sistemul de indicatori. În cadrul analizei secundare,

* Vezi HERBERT H. HYMAN, *Secondary Analysis of Sample Surveys,* New York, 1972.

pe tema *Integrarea în vecinătate*, această întrebare apare ca *indicator funcțional echivalent*. Valoarea lui pentru stabilirea gradului de integrare în vecinătate este mult diminuată. Răspunsul negativ la această întrebare poate să însemne la fel de bine un simptom al dezintegrării, dar și un semn al dezinteresului politic. Semnificația răspunsului negativ poate fi: „Nu discut despre politică, dar discut alte probleme!" Un alt exemplu de selecționare a indicatorilor funcționali echivalenți: în 1965, *E.M.M.I.D.*, împreună cu *Institutul pentru cercetări sociologice comparate* și cu *Institutul pentru științe politice* al Universității din Köln, realizează o cercetare sociologică asupra radicalismului politic. Analiza datelor primare conduce la concluzia că persoanele cu un nivel superior de instrucție școlară din N.P.D. au o atitudine politică mai moderată decît persoanele cu studii elementare sau medii. Se naște ideea că „nivelul de instrucție joacă un rol important în radicalismul politic". Pentru verificarea acestei ipoteze se recurge la analiza secundară, întrucît numărul persoanelor cu bacalaureat cuprinse în eșantionul pentru analiza primară era redus și nu permitea concluzii generalizatoare. Din anchetele cu mai multe teme (omnibus) arhivate la *Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung*, se punea problema de a selecționa pe cele reprezentative pe țară, efectuate în aceeași perioadă de guvernare politică, alcătuite pe baza aceluiași procedeu de eșantionare și în care să existe întrebări cu privire la preferința asupra partidelor politice. În cele șapte anchete selecționate conform acestor criterii, întrebarea cu privire la preferințele asupra partidelor politice apărea sub trei forme:

— „Dacă în aceste zile ar avea loc alegeri parlamentare, ce partid ați alege?"
— „Ce partid simpatizați cel mai mult?"
— „Ce partid politic din R.F.G. simpatizați dv. cel mai mult?"

Aceste întrebări, deși diferit formulate, au fost considerate ca indicatori funcționali echivalenți pentru radicalismul politic. Cartelele perforate au fost recodificate pentru punerea de acord a celor șapte anchete, ceea ce a permis prelucrarea electronică sub acest nou unghi de vedere a peste 12 000 de interviuri *omnibus*.

Din multitudinea indicatorilor folosiți în analiza primă, nu mai poate fi reținut pentru analiza secundară decît un număr restrîns sau chiar un singur indicator, pentru că datele sînt situate într-un nou cadru de referință, care nu mai este identic cu primul. Pe baza indicatorilor reținuți pentru analiza secundară, în urma determinării succesive a variabilelor care definesc cel mai bine un fenomen (tehnica *Discriminant Analysis* sau *Tree Analysis)* se formează *concepte secundar-analitice*.

Operația de selecționare a indicatorilor, a scoaterii întrebărilor din contextul chestionarului nu se poate realiza însă fără riscul unor distorsiuni. Contextul influențează răspunsul, la fel ca și forma întrebării. Este binecunoscută și influența succesiunii întrebărilor în contextul chestionarului. Analiza secundară nu poate însă răspunde acestei cerințe, după cum, doar cu greu poate corespunde exigenței de a grupa date adunate în condiții identice de mediu (identitatea situațiilor de interviu).

Factorul timp intervine din plin în discutarea valorii rezultatelor analizei secundare. În mod curent, în vederea analizei secundare se alcătuiesc eșantioane cumulative numai din anchetele efectuate în aceeași perioadă de timp, cu linie de toleranță reduse, doar pe anchete sociologice reprezentative pe țară și pe probleme necondiționate cronologic, cu excepția analizelor comparative. Subliniind faptul că nu trebuie supraaccentuată cerința ca adunarea datelor folosite pentru analiza secundară să fie făcută în condiții identice, prof. E. K. Scheuch avansează ideea că importantă este diferențierea în percepția diferitelor fenomene după categoriile și grupurile sociale. Se poate pune întrebarea, în acord cu psihosociologul american R. Blumer, dacă, în acest fel, trecînd de la categoria de vîrstă, la situația materială, la nivelul de școlaritate etc. și de aici mai departe, la atitudine și comportament, și considerînd că primele variabile le determină automat pe cele din urmă, nu construim un *homo psihosociologicus* la fel de abstract ca și acel *homo economicus*, împotriva căruia s-au ridicat sociologia și psihologia. Individul nu este o sumă de variabile: vîrstă, sex, situație materială, școlaritate etc., ci este o unitate originală inserată într-un mediu socio-cultural, care îi determină atitudinile și comportamentul. Analiza secundară trebuie completată totdeauna cu analiza contextuală. Dar acesta nu rămîne decît

un deziderat, atîta timp cît unitatea de bază în cercetare este individul și nu instituția în care el este integrat (familie, școală, uzină etc.).

Cu toate limitele semnalate, analiza secundară oferă posibilități multiple atît în planul cercetării științifice fundamentale cît și în planul cercetării aplicative. Dr. Ekkenhard Mochmann[61] amintește, între altele, faptul că analiza secundară permite obținerea unor rezultate rapide, în condițiile crizei de timp și de bani, cînd nu este posibilă o cercetare proprie, facilitează pregătirea și pretestarea noilor anchete, face concluziile mai sigure, permite cronologic comparații inter- și intraculturale, realizează o verificare a valabilității cercetărilor (din punct de vedere al spațiului, timpului și al coordonării), ajută la reexaminarea problemei influenței condițiilor de mediu asupra răspunsurilor la interviu și poate servi ca model de simulare pentru diferențierea stimulilor în cadrul anchetelor.

XII. *Redactarea raportului de cercetare* reprezintă etapa finală a oricărei investigații. Totdeauna investigarea fenomenelor sociale se face cu scopul de a fi comunicate rezultatele, fie factorilor de decizie, specialiștilor, fie publicului larg. În funcție de publicul căruia i se adresează, prezentarea cercetării științifice se va face diferențiat. Totdeauna este însă necesar să se facă:

1) o *introducere* în problema studiată;
2) un *istoric* al proiectului de cercetare;
3) un *rezumat* al cercetărilor anterioare;
4) o clară *reformulare* a problemei;
5) redarea completă a *procedeelor* utilizate pentru culegerea și prelucrarea informațiilor;
6) prezentarea detaliată a *rezultatelor;*
7) un *rezumat* cu interpretarea rezultatelor.

Comunicînd rezultatele investigației unor specialiști, formulele de calcul, tabelele de corelații și coeficienții, metodele folosite vor fi prezentate detaliat, fără prea multă explicitare verbală. Limbajul tehnic viguros va permite intercomunicarea: concluziile vor rezulta direct din

[61] EKKENHARD MOCHMANN, *Sekundäranalyse. Ein Diskussionsbeitrag zu neuen Methoden in der empirischen Sozialforschung.* Köln, 1968.

datele prezentate. Specialistul are în acest fel posibilitatea să verifice justețea concluziilor din cercetare.

Cînd intenția de comunicare a autorului se îndreaptă către un public mai larg, cu o cultură generală bogată, dar nespecializat în problemele științelor sociale, în prezentare nu se va accentua latura tehnică metodologică a cercetării, ci, cu claritate, vor fi expuse scopurile, rezultatele și valoarea teoretică și practică a investigației. Răspunzînd tendinței de lărgire continuă a orizontului informațional, chiar dacă este vorba de un public nespecializat, credem că este necesar să se cultive priceperea de a citi și de a interpreta tabelele de corelații, seriile de informații etc. prin publicarea lor. De asemenea, credem că *reinjection des résultats,* comunicarea rezultatelor în grupul studiat trebuie să respecte totdeauna normele deontologice, avîndu-se în vedere acțiunea de *feed-back* a efectului Floyd Mann. Floyd Mann „a constatat efectul de schimbare pozitivă a atitudinilor, a moralului și a maturității unui grup căruia i se comunică rezultatele unei anchete realizate asupra grupului"[62].

Dacă destinatarul raportului de cercetare este organizația sau instituția care a inițiat cercetarea, prezentarea va indica corect limitele și erorile calculate, etapele investigației, concluziile fiind minuțios explicite și traduse în măsuri concrete, în variante de soluții. Referitor la raportul de cercetare destinat specialiștilor, așa cum remarca R. Mucchielli, omiterea prezentării obiectivelor și a populației investigate, precum și a metodologiei și a calculelor aplicate, a rezultatelor brute și a comentării lor descalifică cercetarea.

Se cer. a fi prezentate ipotezele inițiale și nu numai cele confirmate. Mai mult, ele trebuie justificate prin prezentarea concluziilor preanchetei. Operația de transformare a ipotezelor în obiective ale cercetării implică enumerarea acestora chiar din prima parte a raportului. Datele despre universul anchetei nu pot lipsi. Se cer justificate procedeele de eșantionare, posibilitățile și limitele acestor procedee, reprezentativitatea eșantionului (pe țară, pe o regiune etc.) și tipul unității de investigare (persoane individuale, familii, organizații). Foarte adesea cercetătorii

[62] ROGER MUCCHIELLI, *L'interview de groupe,* Paris, Libraires Techniques, 1968, p. 58.

neglijează prezentarea problemelor legate de completarea eșantionului calculat și dificultățile de contact cu unitățile investigate (numărul necesar de vizite pentru investigarea unei unități).

Metodologia cercetării este de cel mai mare interes pentru specialistul care citește un raport de cercetare: ea îi poate sugera o cale mai adecvată pentru propriile cercetări, dar îi oferă în primul rînd, certitudinea adevărului științific demonstrat. Pentru aceasta, într-un raport de cercetare este obligatorie prezentarea în anexă a instrumentelor utilizate (chestionare, ghid de convorbire sau de observație, foile de înregistrare). Vor fi reproduse protocoalele, fișele totalizatoare, tabulogramele. Datele trebuie prezentate de fiecare dată sub forma procentelor, cît și a cifrelor brute. Calculele statistice, formulele matematice se cer prezentate sub formă desfășurată. Graficele și diagramele, cît mai sugestive, susțin afirmațiile, înlocuiesc comentariile detaliate. Fără ostentație, acestea conving și dau valoare intuitivă rezultatelor.

Graficele construite pe *principiul coordonatelor rectangulare* au înscrise pe axa absciselor (linia orizontală) variația caracteristicii (X), iar pe *axa ordonatelor* (linia verticală) variația frecvențelor (*f*). Întretăierea celor două axe poartă numele de *origină* și din acest punct notat cu zero începe gradarea graficului pe baza scărilor *uniforme, neuniforme, logaritmice* sau *semilogaritmice* (pe o axă scară logaritmică și pe cealaltă scară aritmetică).

În cazul celor două grafice, *inscripția* — clară și concisă — este plasată deasupra curbelor, fapt ce ușurează urmărirea datelor. Folosirea inscripțiilor în interiorul graficului este preferabilă *legendei,* explicației simbolurilor utilizate, care trebuie plasată în afara rețelei graficului, dedesubtul sau în dreapta lui. Atît în cazul inscripțiilor, cît și al legendei graficul va avea un *titlu* deplin lămuritor, iar *curbele* vor fi mai groase decît linia de bază. Pentru a nu fi atins plafonul graficului de curbe, este necesar ca scara frecvențelor, construită pe verticală, începînd cu valoarea zero, să se continue neîntrerupt pînă la un indicator care să depășească valoarea celui mai mare indicator din serie. În cazuri excepționale, pentru a ușura compararea curbelor situate la înălțimi diferite, rețeaua graficului poate fi întreruptă printr-un canal marcat pe grafic. Alegerea scărilor și a unităților de lungime se

face în funcție de valoarea indicatorilor seriei, dar și a mărimii hîrtiei de care dispunem, astfel încît prezentarea datelor să permită studiul intuitiv al relațiilor dintre fenomenele prezentate grafic.

După natura seriilor de date ce urmează a fi prezentate, graficele sînt clasificate — de regulă — în trei grupe principale:

1) grafice care reprezintă variația în timp: *historiograma* și *diagrama polară (radială);*
2) grafice care reprezintă serii calitative: *histograma, poligonul* și *curba frecvențelor, dreptunghiul, cercul* și *barele (coloanele) de structură;*
3) grafice ale seriilor de spațiu (geografice): *coloanele, cartograma* și *cartodiagrama.*

Specificul fiecărui tip de grafic și algoritmii de construire necesită consultarea manualelor și tratatelor de statistică; semnalînd importanța reprezentării grafice a datelor de observare, am avut în vedere faptul că procedeele grafice nu sînt altceva decît „aplicații perfecționate ale metodei comparative, permițîndu-ne să confruntăm, dintr-o singură privire, un foarte mare număr de fapte și să desprindem atît asemănările, cît și deosebirile dintre ele“[63].

Comentarea rezultatelor nu trebuie să ascundă limitele demersului metodologic, nici dificultățile tehnice întîmpinate: este mult mai valoroasă o cercetare a cărei ipoteză a fost infirmată decît încercarea de a demonstra cu orice preț în concluzie ceea ce inițial s-a postulat în ipoteză.

Evaluarea cercetărilor sociologice — după Th. Caplow — trebuie să se facă în raport cu un sistem de criterii bine pus la punct. Există posibilitatea elaborării unor grile de evaluare cuprizînd:

a) problema cercetată;
b) tehnica utilizată;
c) rezultatele;
d) interpretarea rezultatelor.

[63] MAURICE DUVERGER, *Tehnicile matematice și grafice în științele sociale,* în *Teorie și metodă în științele sociale,* vol. II, Ed. politică, București, 1966, p. 126.

În raport cu aceste criterii se poate judeca importanța problemei dacă este: foarte semnificativă, semnificativă, puțin semnificativă sau nesemnificativă, gradul ei de noutate prin raportare la cercetările mai apropiate sau mai îndepărtate. Se poate aprecia dacă eșantionul este: reprezentativ, utilizabil sau insuficient, dacă rezultatele sînt complete sau incomplete, dacă interpretarea rezultatelor este din punct de vedere teoretic concludentă sau numai instructivă și din punct de vedere practic: importantă, utilă sau inutilă.

3.
Planificarea unei investigații sociologice prin metoda „drumului critic"

Metoda drumului critic *(C.P.M. — Critical path method)* a fost stabilită în 1957 de către consilierii firmei *Du Pont de Nemours,* Walker și Kelly. În 1958 și 1969, ea a fost utilizată cu succes la programarea reparațiilor unor uzine chimice. La uzina chimică din Louisville (S.U.A.), aplicarea metodei drumului critic a redus durata reparațiilor de la 125 de ore la numai 93 de ore. Paralel, în 1958, cu ocazia planificării construcției rachetei *Polaris,* a fost realizată o altă variantă a metodei drumului critic *(metoda P.E.R.T. — Program evolution review tehnique),* ceea ce a permis construcția în numai 5 ani a acestei rachete, deși durata inițial estimată fusese de 7 ani. Doi ani mai tîrziu, în Franța, este pusă la punct o a treia variantă a metodei drumului critic *(metoda M.P.M. — Metro Potential Method).* În prezent, sînt cunoscute peste 30 de variante, toate pornind de la metoda inițială *(C.P.M.)* și de la faptul că o lucrare, oricît de complexă, poate fi descompusă în activități simple și în evenimente sau etape, care marchează începutul și sfîrșitul activităților. Activitățile, simultane sau succesive, în ordinea lor de desfășurare tehnologică sau logică, pot fi redate prin arce (activitate-arc) sau prin noduri (activitate-nod).

În ceea ce ne privește, utilizăm activitățile-nod, care nu sînt altceva decît puncte sau vîrfuri într-o rețea, rețeaua constituind reprezentarea grafică a cercetării sociologice, a proiectului însuși. Evenimentele sînt, în acest caz, redate grafic prin arce, săgeți ce leagă nodurile în rețea.

Succesiunea activităților ce nu pot fi amînate sau prelungite, fără ca durata desfășurării în timp a întregii cercetări sociologice (a proiectului) să nu crească (activități care au rezervă de timp = 0), deci drumul de lungime maximă într-o rețea, într-un graf, constituie drumul critic, în cazul nostru, drumul critic al cercetării sociologice planificate.

Pentru întocmirea unei rețele, cu privire la fiecare activitate, trebuie stabilite: condițiile necesare pentru începere, activitățile ce pot decurge simultan și activitățile în succesiune imediată, activități ce nu pot începe înaintea terminării activității imediate (precedente). Un tip special de relație între două activități succesive îl constituie activitățile „în tandem". Deși succesive, pentru o perioadă de timp, ele se pot desfășura în paralel, începutul și finalul lor avînd însă obligatoriu un decalaj. De exemplu: consultarea bibliografiei și interpretarea rezultatelor obținute din anchetă. Aceste decalaje se introduc în graf sub forma unor activități „potențiale", și întreaga configurație grafică poarte denumirea de „treaptă" sau „tandem".

Algoritmul aplicării metodei drumului critic în planificarea cercetărilor sociologice este dat de:

1) Stabilirea activităților ce sînt cuprinse în proiectul de cercetare și de înregistrarea acestor activități sau operații „simple", în raport cu întreaga cercetare. În cadrul unor cercetări sociologice, operațiile simple ar fi date de: stabilirea obiectivului investigației, studierea bibliografiei, stabilirea eșantionului, alcătuirea chestionarului, alcătuirea ghidului de conversație, înregistrarea observației indirecte, pretestarea chestionarului, pretestarea ghidului de conversație, tipărirea instrumentelor de investigație, deplasarea și instalarea la teren a echipelor de cercetare, desfășurarea cercetării directe de către echipele I, II, III, prelucrarea datelor, completarea datelor, redactarea lucrării.

De la cercetare la cercetare, operațiile vor varia în raport cu extinderea, condițiile și gradul de tehnicitate al acestora. Acum ne interesează algoritmul aplicării metodei drumului critic și nu cercetarea propriu-zisă.

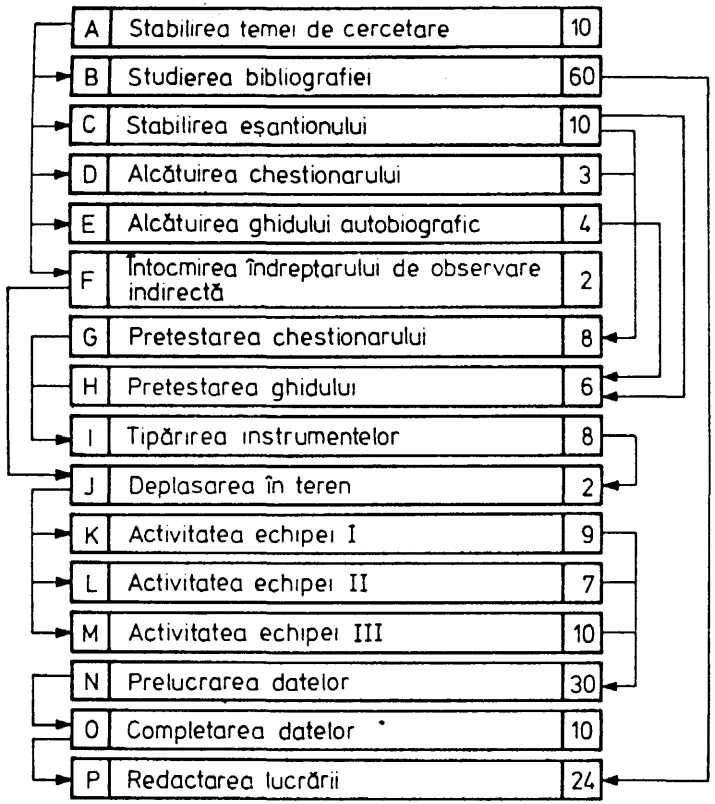

A Stabilirea temei de cercetare 10
B Studierea bibliografiei 60
C Stabilirea eşantionului 10
D Alcătuirea chestionarului 3
E Alcătuirea ghidului autobiografic 4
F Întocmirea îndreptarului de observare indirectă 2
G Pretestarea chestionarului 8
H Pretestarea ghidului 6
I Tipărirea instrumentelor 8
J Deplasarea în teren 2
K Activitatea echipei I 9
L Activitatea echipei II 7
M Activitatea echipei III 10
N Prelucrarea datelor 30
O Completarea datelor 10
P Redactarea lucrării 24
A,B,C,..... = simbolurile activităţilor
Denumirea activităţilor
Duratele activităţilor în zile

Fig. 10. Activităţile şi succesiunea lor într-o cercetare sociologică

2) După determinarea operaţiilor, se cuantifică fiecare dintre ele. Aceasta presupune, însă, o bogată experienţă de cercetare şi o bună cunoaştere a posibilităţilor fiecărui membru al echipei. Dificultăţile legate de cuantificare constituie limita principală, credem noi, a aplicării metodei drumului critic în planificarea şi programarea cercetărilor sociologice. În mod obişnuit, se consideră că un operator de anchetă nu poate realiza cu subiecţii mai mult de cinci convorbiri pe zi.

3) Se leagă prin săgeţi activităţile sau activitatea imediat următoare activităţii considerate; deci succesiunea

activităţilor. De exemplu: întotdeauna, aplicarea chestionarului va urma pretestării lui. Prin legarea activităţilor între ele, în ordinea desfăşurării lor, se realizează un tablou ca în fig. 10.

Activităţile considerate se notează prin semne convenţionale, în cazul nostru, prin iniţialele de la *A* la *Z*.

4) Activităţile *A, B, C,...*, ca noduri, în reprezentarea grafică, sînt legate într-o reţea ca în fig. 11, păstrîndu-se aceeaşi direcţie a săgeţilor ca în tabloul din fig. 10. La construirea reţelei, se urmăreşte a se evita ca din acelaşi nod să pornească prea multe săgeţi; de asemenea, se vor evita încrucişările şi suprapunerea legăturilor, putîndu-se introduce activităţi fictive, activităţi de durată=0. Nodul astfel introdus este denumit „nod de conexiune". Ca regulă generală, la prezentarea grafică a reţelei, se va avea grijă de „topologia grafului". De asemenea, se pot desprinde subgrafe. De exemplu: subgraful activităţii de teren (fig. 12).

5) Se calculează graful astfel construit, completînd succesiv compartimentele fiecărui nod, de la „activitatea start" la „activitatea finiş". Se va trece deci: durata activităţii, cel mai devreme moment al începerii activităţii, cel mai devreme moment al încheierii activităţii luate în discuţie. Odată ajunşi la „activitatea finiş", se por-

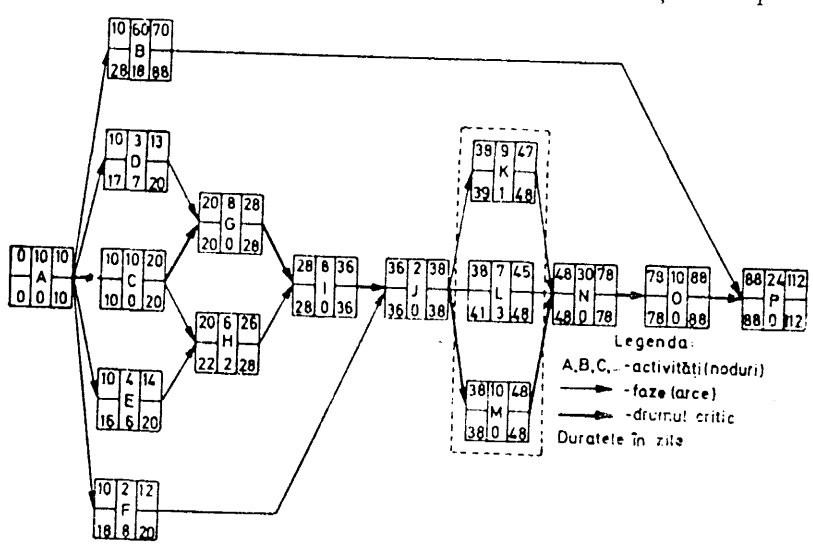


Fig. 11. Graful unei cercetări sociologice

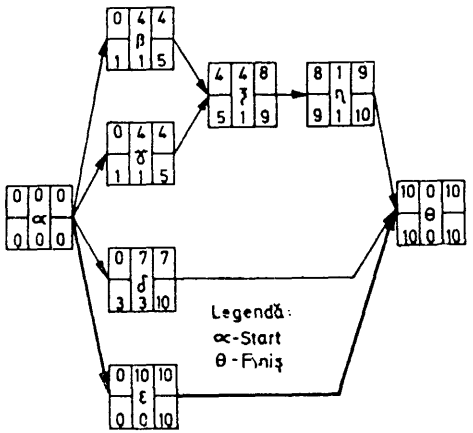


Fig. 12. Graful activității de teren

nește în sens invers și se calculează, pentru fiecare activitate, rezerva de timp. Activitățile, nodurile, care au rezervă de timp=0, sînt activități ce marchează drumul critic.

Datele rezultate din calculul grafului sînt transpuse într-un grafic liniar coordonatelor — *grafic Gantt.* Activitățile sînt transpuse în graficul liniar și sînt eșalonate potrivit datelor rezultate din calculul grafului-rețea (vezi fig. 11).

Graficul coordonator obținut (fig. 13) este util în planificarea, urmărirea, eșalonarea și distribuirea pe obiective a operatorilor de anchetă și a cercetătorilor în teren. Graficul Gantt se poate exprima într-o formă calendaristică. Pentru aceasta, termenele și durata activităților se convertesc în date calendaristice concrete, prin suprapunerea momentului start pe o dată calendaristică propusă pentru începerea investigației.

Pentru exemplificare, folosim experiența cercetărilor *Catedrei de sociologie a Universității București*, desfășurate în colaborare cu *Institutul pedagogic din Bacău* în anul 1969. Obiectivul investigației: procesul de urbanizare în zona Vaslui. Cadrele didactice și studenții sosiți în Vaslui în ziua de 5 septembrie și-au putut începe efectiv activitatea în ziua de 8 septembrie. Intervalul între 5 și 8 sept. a fost folosit pentru instructajul studenților, prezentarea la forurile de conducere din județ și

Nr. crt.	Denumirea activității	Cantitatea	Execută	Nr. operatori	Locul desfășurării	Durata zile	Planific / Realizat	Eșalonarea calendaristică — Luna 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17	Observații
β	Studiul proiectelor de sistematizare a orașului		Grupa 1 a echipei I	2	Consiliul oraș (Arhitectură)	4	P / R		
γ	Studiul demografic		Grupa 2 a echipei I	4	Consiliul oraș	4	P / R		
δ	Ancheta la fabrica de confecții		Echipa II	7	Întreprindere textilă	7	P / R		
ε	Ancheta la fabrica de mobilă		Echipa III	7	Întreprindere mobilă	10	P / R		Critic
ζ	Înregistrarea abonaților C.F.R		Echipa I	6	Gara	4	P / R		
η	Înregistrarea abonaților I.R.T.A		Echipa I	6	Autogara	1	P / R		

Fig. 13. Graficul liniar desfășurat al activităților de teren

asigurarea condițiilor de cazare a studenților. În cadrul cercetării amintite, s-au format trei echipe pentru cercetare în oraș: echipa I urmînd să desfășoare cercetările la Consiliul orășenesc pentru a studia planurile succesive de sistematizare a orașului, situația demografică, precum și navetismul (înregistrarea numărului de abonamente pe C.F.R. ale salariaților). Echipa era formată din 6 studenți și un cadru didactic cu sarcină de coordonare. Echipa a II-a trebuia să realizeze cercetarea sociologică la Întreprinderea de confecții. Trebuiau realizate 250 de convorbiri pentru completarea chestionarelor. S-a stabilit ca fiecare operator de anchetă să completeze zilnic cîte 5 chestionare. Această a doua echipă era formată din 7 studenți și un cadru didactic. În fine, echipa a III-a avea ca obiectiv realizarea a 250 de anchete sociologice la Întreprinderea de mobilă din localitate. Cei 7 membri ai echipei aveau ca plan, în afara completării chestionarelor, să realizeze observații directe sistematice și să studieze documentele întreprinderii.

Această activitate de cercetare, prezentată în *graficul Gantt* (fig. 13), permite urmărirea la zi a situației, comparînd ceea ce s-a planificat cu ceea ce s-a realizat, reactualizînd planificarea, într-un cuvînt, optimizînd

munca de cercetare. Desfășurarea concretă a cercetării poate transforma, în cazul nerealizării lor, unele activități cu rezervă de timp (necritice) în activități critice. Graficul liniar permite prezentarea cantitativă a realizărilor, fiecare membru al echipelor de cercetare fiind în permanență informat despre desfășurarea tuturor activităților. Aceasta mărește responsabilitatea individuală și are un puternic rol stimulator.

Considerăm ca fiind utilă aplicarea metodei drumului critic în planificarea investigației fenomenelor sociale, pentru că astăzi în practica de cercetare la teren, foarte adesea, nu se cunoaște decît ce trebuie realizat și în cît timp. Succesiunea și atenția necesară fiecărei activități, fiecărei echipe și fiecărui obiectiv se neglijează, deși se încearcă a se realiza cît mai mult posibil în intervalul de timp dat. În momentul de față, planificarea se face cu mare aproximație. Optimizarea este lăsată pe seama bunului simț, iar în coordonarea lucrărilor se accentuează aspectele calitative, neglijîndu-se cele cantitative.

Chiar dacă metoda drumului critic în planificarea investigației fenomenelor sociale nu duce la rezultatele deosebit de spectaculoase (numărul activităților în cadrul unei cercetări sociologice este redus, iar nerespectarea în timp a tuturor sarcinilor de cercetare nu are ca urmare anularea rezultatelor finale, așa cum se întîmplă în industrie, în construcții), aplicarea ei permite o estimare mai exactă a timpului necesar realizării sarcinilor fixate, ca și optimizarea cercetării în ansamblul ei. Metoda drumului critic ușurează coordonarea și urmărirea desfășurării programului de cercetare. Ea permite suplimentarea cu oameni a activităților critice, prin dislocarea acestora din activitățile cu rezervă de timp și arată fidel asupra căror activități trebuie să ne concentrăm atenția pentru a nu depăși în timp durata inițial estimată a întregii investigații.

CAPITOLUL III

CHESTIONARUL CA INSTRUMENT DE INVESTIGARE SOCIOLOGICĂ

1.
Geneza chestionarului ca instrument de investigare sociologică

Indiferent că este vorba de un sondaj de opinie, de o anchetă sau de o investigație mai largă, chestionarul se dovedește a fi una din tehnicile cele mai frecvent utilizate în sociologie și psihologie socială.

Th. Caplow analizează principalele surse de date din articolele publicate în „Revue française de sociologie" (1965—1967) și în „The American Sociological Review" (1966—1967).

Principalele surse de date	*„Revue française de sociologie"* %	*„The American Sociological Review"* %
Studii pe baza observației	4	1
Studii pe baza experimentului	2	1
Analiza documentelor	8	10
Surse oficiale	20	14
Procedee particulare	2	3
Anchete prin convorbire (*entretien*)	36	43
Anchete prin chestionar	18	20
Analiză secundară	10	8
Total	100% (50)	100% (91)

Datele sînt cît se poate de concludente și o analiză mai amănunțită, distingînd între chestionare cu întrebări deschise, închise și ierarhizate, a arătat că cel mai des utilizate sînt chestionarele cu întrebări închise (pre-

codificate)[1]. Paul Albou crede că, în forma lor actuală, chestionarele se situează în punctul de convergență a trei tipuri de intervenții:

1) Exigențele administrative care au dus la multiplicarea documentelor și formalisticii. Chestionarele de tip „oficial", concepute ca instrumente de colecționare a informațiilor, s-au înmulțit considerabil. Foarte adesea, primul contact cu instituțiile de stat se realizează pe baza unui chestionar. Înscrierea într-o formă de învățămînt oarecare, angajarea într-un loc de muncă, obținerea de abonamente C.F.R. etc. presupun completarea unui chestionar sau realizarea unui interviu. Informațiile astfel obținute, în afara interesului pentru administrație, prezintă valoare documentară și pentru cercetătorul sociologic.

2) Necesitățile cercetării sociale au impus perfecționarea recoltării răspunsurilor prin chestionar. Chiar dacă, inițial, această tehnică a fost utilizată de către etnografi, desăvîrșirea tehnică a chestionarului este rodul colaborării dintre sociologi și psihologi. La noi, tradiția chestionarelor etnografice urcă pînă la B. P. Hajdeu, care, în 1878, lansează un chestionar referitor la obiceiurile juridice ale poporului, la viața socială din trecut, casă etc. În 1895, N. Densușianu expediază intelectualității satelor un chestionar cu privire la tradițiile istorice din ținuturile locuite de români. La fel procedează Alexandru Odobescu. În 1898, Spiru Haret numește o comisie sub președinția lui Gh. Tocilescu pentru elaborarea unui chestionar folcloristic. Chestionarul este publicat întîia oară în anul 1898. Este revăzut în 1904, iar în 1930 se republică de către C. Rădulescu Codin.

Prof. Romulus Vuia, în cadrul Muzeului etnografic din Cluj, întocmește două chestionare privind: obiceiurile de Crăciun (1926) și de Anul Nou (1927). Acesta din urmă va cunoaște, în 1933, o a doua ediție. Muzeul limbii române din Cluj a difuzat corespondenților din țară o serie de chestionare, între care merită a fi reținut cel din 1928 referitor la casă, întocmit de către R. Vuia, St. Pop și St. Roșca.

În 1943/44, la Iași, prof. Ion Chelcea, în cadrul Muzeului etnografic al Moldovei, lansează două chestionare privitoare la obiceiurile de primăvară și la obiceiurile de iarnă. Scopul era acela de întemeiere a unei arhive de folclor pe lîngă muzeul amintit.

Pe plan mondial, dintre chestionarele mai vechi se citează cele lansate de către Letourneanu (1882), R. F. Kindl (1903), A. G. Keller (1903), Steinmetz și Thurnwald (1906). Mai recent, aproape că nu există sociolog care să nu fi lansat propriul său formular de cercetare. Această libertate de creație a dus la existența unei multitudini de tipuri de formulare. Amploarea luată de cercetarea sociologică de teren va impune, în viitor, standardizarea tipurilor de formulare. Ingeniozitatea cercetătorului se va releva, în continuare, mai puțin prin elementele de grafică și punere în pagină a chestionarului și mai mult prin alegerea „item"-ilor.

3) Cerințele practicii medicale și psihologice fac recurs la diferitele tehnici individuale de interogare. Unii cercetători consideră că cel care a inițiat în psihologie tehnica chestionarului a fost Alfred Binet (1903). Este hazardant însă să se lege această tehnică de un singur nume. În aceeași perioadă, Th. Ribot publica în primul număr din „Journal de psychologie" (1904) un studiu, intitulat *Sur la valeur des questionnaires en psychologie*. De asemenea, R. S. Woodworth, în 1917, elaborează, pentru centrele militare de recrutare, chestionarul destinat depistării celor inapți.

In fiecare dintre cele trei direcții convergente s-au realizat perfecționări ale tehnicii chestionarului, fapt care a dus la tot mai intensa lui aplicare pentru culegerea informațiilor. Cercuri tot mai largi ale populației s-au familiarizat cu acest tip de instrument de cercetare. Sînt țări unde fiecare al 10-lea locuitor a fost cuprins cel puțin o dată într-un eșantion. Chestionarul constituie astăzi „una din metodele de bază în investigarea fenomenelor sociale"[2]. Folosirea intensă a chestionarului în investigațiile sociologice a avut ca urmare în primul rînd sporirea posibilităților de lărgire a temelor de cercetare. În țările în care sondajele și anchetele sînt frecvente, populația consideră firească orice întrebare. Contactul anchetator-anchetat se realizează rapid și fără rezerve.

[1] TH. CAPLOW, *L'enquête sociologique*, Paris, Armand Colin, 1970.

[2] PAUL LAZARSFELD, *Am Puls der Gesellschaft, Zur Methodik der empirischen Soziologie*, Wien, Europa Verlag, 1968, p. 134.

Acolo unde nu există o tradiție îndelungată în ceea ce privește chestionarea în scopuri științifice, problema contactului cu subiecții este greoaie. Se cere mult tact pentru a explica faptul că răspunsul înregistrat are doar o valoare statistică. Multe probleme nici nu pot fi abordate.

Pe de altă parte, familiarizarea populației cu aplicarea diferitelor tipuri de chestionare a dus la diminuarea prestigiului științific al acestor instrumente de cercetare; s-au transformat în „jocuri de societate". La aceasta se adaugă faptul că sub titluri pretențioase: chestionar, test etc., diferitele reviste publică diverse formulare privitoare la comportamentul indivizilor. Se vulgarizează un procedeu prețios de strîngere a informațiilor. Replica trebuie să vizeze interzicerea publicării oricărui chestionar care nu are girul unei instituții specializate. Paralel, se impune folosirea matematicilor moderne în structura chestionarelor, folosirea teoriei informațiilor, dar și respectarea riguroasă a recomandărilor clasice referitoare la utilizarea chestionarului în investigarea fenomenelor sociale.

2.
Definiția chestionarului sociologic

Definirea chestionarului nu este deloc o operație simplă. Nici terminologia nu este unanim acceptată: „chestionar", „formular", „inventar", „scală" etc. Diferențele sînt greu sesizabile. Mulți sociologi ocolesc această problemă. Se mulțumesc să indice doar modul de construire și de aplicare a chestionarului. În ceea ce ne privește, de acord cu intenția lucrării, ne vom mărgini să definim doar „chestionarele de cercetare", abstracție făcînd de celelalte tipuri de chestionar: „inventar de personalitate", „scale de măsurare a atitudinilor", „teste".

Chestionarul utilizat în investigarea fenomenelor sociale reprezintă o succesiune logică și psihologică de întrebări scrise sau de imagini grafice cu funcție de stimuli, în raport cu ipotezele cercetării, care prin administrarea de către operatorii de anchetă sau prin autoadministrare, determină din partea celui anchetat un comportament verbal sau nonverbal, ce urmează a fi înregistrat în scris. Definiția relevă faptul că avem de-a face cu o

succesiune de întrebări sau imagini (desene, fotografii) fixate în scris, grafic. Dar înțelesul termenului de chestionar se lărgește. Nu este vorba numai de întrebări. Ca stimuli pot servi și imaginile; mai mult, există posibilitatea combinării stimulilor verbali cu cei grafici: întrebări și fotografii sau desene. În cadrul chestionarului, întrebările, desenele au funcție de indicatori. Combinarea și succesiunea stimulilor trebuie să fie logică, dar și psihologică.

Foarte frecvent — așa cum remarca Bernard S. Phillips[3] — pentru ordonarea logică a întrebărilor se ia drept criteriu timpul: subiectul este pus în situația de a răspunde mai întîi despre trecut, apoi despre prezent, și, în fine, la urmă despre viitor. Un alt criteriu de ordonare este acela dat de gradul de abstractizare: mai întîi se va răspunde la întrebările concrete și abia apoi la cele mai abstracte. În funcție de temă, de universul anchetei, va prevala ordinea logică sau cea psihologică. O anchetă în rîndul persoanelor adulte cu înalt grad de cultură accentuează elementele raționale ale ordonării stimulilor, în timp ce investigarea adolescenților, de exemplu, trebuie să rezolve în primul rînd problemele psihologice ale structurării chestionarului. Oricum, stimulii — întrebări sau imagini — urmează o succesiune riguroasă. „Ploaia de întrebări" nu acoperă problematica cercetării, oricît de abundentă ar fi ea. Se impune o selecție a stimulilor în raport cu ipotezele cercetării. Ciclul investigării fenomenelor sociale prin intermediul chestionarului este dat de următoarea succesiune[4] (vezi fig. 14).

În afara precizării ipotezelor, chestionarul nu are nici o valoare. Chiar și cele mai banale întrebări sînt formulate în conformitate cu ipotezele anterior stabilite. Întrebarea *De unde cumpărați pîine?* conține ipoteza că nu toată populația anchetată cumpără pîine de la aceeași brutărie și exclude ipoteza că cei cuprinși în eșantion coc pîine acasă. Explicit sau implicit, nu există chestionar care să nu pornească de la ipoteze mai mult sau mai puțin clar conturate.

[3] BERNARD S. PHILLIPS, *Social Research. Strategy and Tactics*, London, 1966 (trad. germ.: *Empirische Sozialforschung-Strategie und Taktik*, Wien, Springer-Verlag, 1970).

[4] ROBERT L. KAHN și CHARLES F. CANNELL. *The dynamics of interviewing. Theory, technique, and cases*, New York, 1967, p. 103.

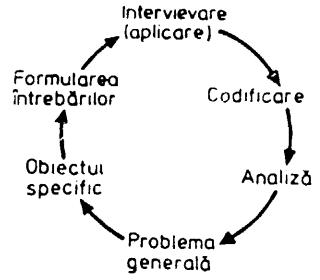


Fig. 14.

Se poate spune, de acord cu Erhard Stephan[5], că în alcătuirea chestionarului, mai puțin întrebările: „De ce?", se reflectă poziția teoretică și ideologică, reprezentările, atitudinile și opiniile autorului. Pornind de la această afirmație, sprijinindu-ne și pe datele de cercetare, considerăm, pentru o populație cu nivel ridicat de școlarizare, ca fiind foarte fructuoasă tehnica autochestionării[6].

Întrebările sau imaginile cuprinse în chestionar au funcția de stimuli declanșatori de comportamente verbale sau nonverbale. Comportamentul verbal — răspunsurile la întrebări și exprimările verbale determinate de stimuli — este variat de la individ la individ. Asupra acestui comportament influențează o multitudine de factori: personalitatea celui anchetat, situația-cadru de desfășurare a anchetei, personalitatea celui ce realizează ancheta, tema investigației, structura chestionarului, timpul cînd are loc ancheta.

Răspunsurile, în cazul autoadministrării chestionarului trimis prin poștă sau al tehnicii chestionarului-extemporal, sînt înregistrate de către subiect. Dozarea spațiului corespunzător fiecărui răspuns ridică probleme de economie a „punerii în pagină", dar și de libertate de răspuns. În cazul administrării chestionarului de către operatorii de anchetă, comportamentul verbal ca și cel nonverbal al subiecților este înregistrat de către persoane ca-

[5] ERHARD STEPHAN, *Methoden der Motivforschung, Befragung und projektive Verfahren*, Nürenberg, Verlag Moderne Industrie-München, 1961.

[6] CĂTĂLIN MAMALI, *Tehnica autochestionării*, în *Sociologia în acțiune*, coordonator V. Pavelcu, I. Natansohn, I. Grigoraș. Iași, Centrul de sociologie al Universității „Al. I. Cauza", 1972, p. 93.

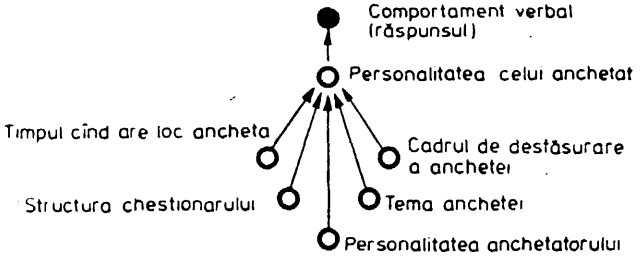


Fig. 15. Factorii care determină comportamentul verbal (răspunsurile) celui anchetat (prelucrat după Fritz-Reinhard Stroschein).

lificate. Există, în ambele cazuri, atît avantaje, cît și dezavantaje. Autoadministrarea prezintă riscul neînțelegerii întrebărilor și imposibilitatea obținerii unor informații suplimentare, dar sporește gradul de siguranță al elaborării răspunsului. Înregistrarea răspunsurilor de către operatori de anchetă surprinde și comportamentul nonverbal, nu numai pe cel verbal, și economisește timpul. În plus, autoadministrarea este posibilă numai de la un anumit nivel de cultură și de vîrstă în sus.

3.
Clasificarea chestionarelor

Clasificarea chestionarelor poate fi mai mult decît o problemă didactică. Precizia terminologică înlesnește descrierea cercetării și califică investigația realizată. Un chestionar de opinie „omnibus", cu întrebări deschise, expediat prin poștă, reprezintă cu totul altceva decît același chestionar de opinie centrat pe o singură temă, cu întrebări închise, expediat tot prin poștă. În primul caz șansele de colecționare a răspunsurilor sînt mult scăzute. Dintr-un început se poate spune că un astfel de proiect este sortit eșecului. Nu considerăm că pentru a combate vulgarizarea tehnicii chestionarului trebuie să utilizăm un limbaj criptic. Ni se pare însă imperios necesară rigoarea științifică în descrierea și clasificarea tuturor instrumentelor sociologice. Astfel, chestionarele pot fi clasificate după: A) *conținutul;* B) *forma;* C) *modul de aplicare.*

A. *Primul criteriu de clasificare a chestionarelor după conținutul informațiilor* adunate vizează calitatea infor-

matiilor. Din acest punct de vedere se disting două tipuri de chestionare:

1. *Chestionare de date factuale,* de tip administrativ, vizînd fapte obiective, susceptibile de a fi observate direct și verificate de alte persoane. Astfel de chestionare lansate în scopuri administrative nu sînt totdeauna foarte laborios concepute. Orice „formular tip" reprezintă în fond un chestionar, dar „formularele tip" din administrație corespund prea puțin unor necesități mai îndepărtate: de centralizare a datelor, de prelucrare secundară a lor. Nicăieri sociologul nu poate interveni cu mai mult succes decît aici. Analiza imprimatelor pornește de la înregistrarea consumului lunar și a stocurilor zilnice. Se încearcă a se stabili utilitatea imprimatului: cărui scop răspunde. În funcție de aceasta el trebuie denumit. Pe cît posibil, denumirea formularelor va fi lapidară, dar suficient de lămuritoare în legătură cu scopul urmărit. Este bine să se evite denumirea formularelor prin inițiale sau prin abrevieri greu descifrabile. Formatul imprimatelor — standardizat — este necesar să corespundă criteriilor de funcționalitate. La fel și culoarea. Introducerea formularelor de diferite culori mărește puterea de discriminare, scutește timpul de căutare a diferitelor tipuri de imprimate. Formularele de tip administrativ, cu rare excepții, sînt imprimate cu cerneală pe hîrtie albă. Se pot introduce și imprimate negru pe galben — corespunzînd celui mai puternic contrast de culori — sau negru pe verde pal ș.a.m.d. Efectul psihic al culorilor ar putea sparge monotona atmosferă a arhivelor.

Analiza sociologică asupra chestionarelor de tip administrativ nu vizează numai aspectele formale: se stabilește circuitul sau circuitele în care aceste imprimate intră. În raport cu circuitul se urmărește a se evidenția: mențiunile inutile, omisiunile, dublurile, corectitudinea precodificărilor. Totdeauna, schimbarea unui imprimat atrage după sine modificări ale altor imprimate din același circuit. De aceea, se va propune nu refacerea unui singur formular, ci reproiectarea unui grup de imprimate[7]. Coordonarea formularisticii la nivel central, standardizarea și precodificarea fișelor de înregistrare, dincolo de eficiența administrativă și economică, ar facilita

[7] JEAN GERBIER, C. AIMARD, *Organizare. Conducere. Memorator,* vol. I, Editura politică, București, 1971, p.84.

în cel mai autentic sens cercetarea sociologică. O cercetare demografică în orașul Boldești[8], județul Prahova ne-a evidențiat numeroasele schimbări survenite de-a lungul anilor în registrele de stare civilă: apariția și dispariția unor rubrici, neuniformitate în modul de înregistrare, ca să nu mai amintim de faptul că precodificarea lipsește cu desăvîrșire. Chestionarul de date factuale: vîrstă, sex, loc de naștere, stare civilă, domiciliu, profesiune etc. este indispensabil nu numai sectorului administrativ, dar și celui de cercetare științifică. Anchetele demografice utilizează în primul rînd astfel de chestionare. Dar nu numai anchetele demografice.

Este judicios să se afirme că în investigarea fenomenelor sociale nu există chestionar care să nu cuprindă și întrebări factuale. Informația obținută prin astfel de întrebări nu poate fi pusă la îndoială — cu excepția cazurilor intenționate de eroare din partea celui anchetat. Într-adevăr, nu avem motive să credem că o persoană adultă, psihic normală, nu știe și nu vrea să-și declare: vîrsta, profesiunea, componența familiei, ocupațiile din timpul liber etc. Desigur, exactitatea informației poate fi pusă la îndoială. Intervine aici din plin „reacția de prestigiu". Persoanele de sex feminin par a fi mai puțin dispuse să-și declare cu exactitate vîrsta, mai ales în prezența unor operatori de anchetă tineri. În cercetările noastre, realizate cu concursul studenților secției de sociologie a Universității din București, informația cu privire la vîrsta celor anchetați nu era obținută printr-o întrebare de tipul „cîți ani aveți?" Operatorul de anchetă estima vîrsta celor anchetați și apoi, micșorînd-o cu 4—6 ani, declara: „D-voastră aveți probabil pînă în 40 de ani". Firesc, persoana anchetată, măgulită, declara cu exactitate: „Am împlinit deja 43" sau „Peste o lună împlinesc 46".

Formularea întrebărilor lasă o mare marjă de libertate operatorului, în aceste cazuri formularea nejucînd un rol prea însemnat. Principalul este ca cel anchetat să fi înțeles sensul întrebării, iar operatorul sensul răspunsului.

[8] *Industrializare și urbanizare. Cercetări de psihosociologie concretă la Boldești.* Sub red. Traian Herseni, Editura Academiei R. S. România, București, 1970.

În investigarea fenomenelor sociale, sînt prea puține cazurile de lansare a chestionarelor exclusiv de date factuale. De cele mai multe ori, chestionarele de cercetare reprezintă o împletire de întrebări de opinie și de date factuale. Întrebările de date factuale pot fi grupate în: întrebări de „cunoștințe" și întrebări de „clasificare" sau de „identificare" (vîrstă, sex, stare civilă, situație școlară sau profesională etc.). Problema care se ridică este aceea a locului amplasării acestor întrebări în economia chestionarului. Întrebările de „cunoștințe" vizînd stabilirea nivelului de cunoaștere (cunoștințe despre natură și societate) vor fi diseminate printre întrebările de opinie, pentru a nu crea celui care răspunde impresia că este supus unui „test de inteligență", fapt ce ar putea declanșa teama, reacția de apărare a subiectului. Întrebările de „identificare" considerăm că trebuie introduse la sfîrșitul chestionarului, răspunsurile nemaiputînd fi astfel modificate de reacția „de securitate" a celui anchetat. În această situație, se va explica subiectului: „Așa cum v-am spus de la început, nu ne interesează să aflăm cum vă cheamă. Pentru a putea însă să grupăm răspunsurile după: vîrstă, profesiune etc. a celor cu care am stat de vorbă, vă rugăm să ne mai răspundeți și la următoarele întrebări".

Cu excepția anchetelor realizate prin tehnica eșantionării pe cote, majoritatea cercetătorilor optează pentru plasarea întrebărilor de clasificare la sfîrșitul chestionarului. Explicațiile ce se dau înaintea introducerii acestor întrebări variază. În anchetele sociale guvernamentale din Anglia se precizează: „Atunci cînd se analizează rezultatele anchetei, niciodată nu menționăm numele persoanelor chestionate, dar am vrea să le putem clasifica după unele criterii: vîrstă, sex, ocupație etc." sau „Din cauză că obișnuințele, nevoile și opiniile oamenilor variază uneori după vîrstă, ocupație și condiții generale de viață, am dori să știm cîteva fapte de acest fel despre persoanele cu care vorbim. La sondajul *Gallup* se dau următoarele explicații: „Îmi permiteți acum să vă întreb asupra cîtorva amănunte, încît să se poată verifica la birou eșantionul persoanelor pe care le-am chestionat"[9].

[9] C. A. MOSER, *Op. cit.*, p. 314.

Oricare ar fi formularea explicației, ea trebuie să convingă populația anchetată că datele de „identificare" (sau de „clasificare") interesează numai prin repartiția faptelor în raport cu diferitele categorii socio-profesionale. Se înțelege că formularea explicației trebuie să fie adecvată nivelului cultural al celor anchetați, că ea trebuie să aibă în vedere obișnuința sau noutatea faptului de a răspunde la o anchetă.

2. *Chestionarele de opinie* se referă la datele de ordin subiectiv, imposibil de observat direct. În fond, acest al doilea tip de chestionare nu sînt numai de opinie; cu ajutorul lor se studiază atitudinile, motivația și interesele, dispozițiile și înclinațiile, cu un cuvînt, tot ceea ce reprezintă intimitatea persoanei, trăirile ei subiective. Fără a aborda problema posibilității cunoașterii obiective a fenomenelor subiective, ne mărginim să precizăm necesitatea raportării subiectivului la datele obiective.

În investigarea fenomenelor sociale este greșit să ne limităm la consemnarea opiniilor; interesează în primul rînd faptele, realitatea obiectivă și abia apoi reflectarea în conștiința oamenilor a acestei realități. De multe ori, între intențiile declarate ale oamenilor și realizarea lor nu există decît o foarte slabă legătură. Într-un sondaj asupra a 1 230 de gospodării din Franța, care nu posedau televizoare, cu privire la intenția de a cumpăra un astfel de aparat, s-a constatat într-un interval de 4 luni (februarie—iunie 1959) că numai 2 gospodării, din 12 cîte declaraseră că intenționează în mod cert să cumpere televizor, realizaseră acest lucru, în timp ce 10 gospodării din cele 1 163 în care se înregistrase decizia sigură de a nu lua televizor, cumpăraseră.

Februarie 1959 „*Intenționați să cumpărați televizor?*"	*Nr.*	*Iunie 1959*			
		Cumpărat nou	*Cumpărat de ocazie*	*Primit cadou*	*Non-răspuns*
Da, sigur	12	2	—	—	—
Da	16	—	—	—	—
Nu	22	—	—	—	—
Sigur, nu	1163	10	2	—	1
Nu știu	17	—	—	2	—
Total	1230	12	2	2	1

Interesant este și faptul că din cele 1 213 de gospodării în care nu se achiziționase încă un televizor, numai 1 103 și-au păstrat după patru luni exact hotărîrea luată (opinia declarată), iar 5 au trecut de la o extremă la alta.

Opinia declarată în februarie 1959	*Nr.*	*Opinia declarată în iunie 1959*				
		Da,sigur	*Da*	*Nu*	*Sigur, nu*	*Nu știu*
Da, sigur	10	3	4	—	3	—
Da	16	2	4	—	10	—
Nu	22	—	1	1	20	—
Sigur, nu	1150	2	9	14	1094	31
Nu știu	15	—	—	—	14	1
Total	1213	7	18	15	1141	32

Cu ajutorul chestionarelor de opinie, se încearcă cunoașterea nu numai a opiniilor, dar și intensitatea acestora. George Gallup a stabilit în acest scop o schemă de construire a chestionarelor de opinie:

a) Întrebări filtru (închise, cu răspunsuri multiple precodificate sau deschise) pentru stabilirea gradului de cunoaștere de către cel anchetat a problemei puse în discuție.

b) Una sau mai multe întrebări (deschise) privind atitudinea populației față de respectiva problemă.

c) Un sistem de întrebări (închise, cu răspunsuri multiple precodificate) referitoare la aceeași problemă.

d) Întrebări deschise vizînd motivația opiniilor exprimate.

e) Întrebări (închise, cu răspunsuri multiple precodificate) pentru măsurarea intensității opiniilor.

În astfel de chestionare, formularea întrebărilor reprezintă o problemă centrală, încît se impune standardizarea. Chiar și în această situație, se poate vorbi de o „multidimensionalitate" a întrebărilor de opinie. La întrebarea: „Ce părere aveți despre șeful grupului d-voastră?" se poate avea în vedere fie șeful grupului ca persoană, fie stilul de conducere realizat de către acesta.

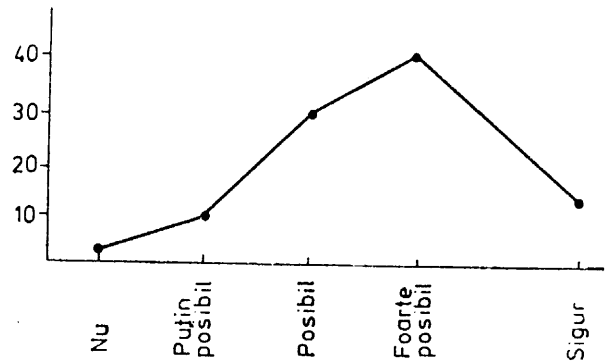


Fig. 16.

Informația obținută cu ajutorul întrebărilor de opinie este foarte incertă.

În nici un caz nu se poate trage vreo concluzie cu privire la opiniile și atitudinile oamenilor analizîndu-se răspunsurile la o singură întrebare. Totdeauna trebuie prevăzut un sistem de întrebări care să permită stabilirea poziției indivizilor față de una sau alta din problemele puse în discuție. H. Cantril a avut inspirația să pună unui număr de 40 de persoane, care se declaraseră, într-un sondaj efectuat de *Institutul american de opinie publică,* favorabile sindicatelor (răspunzînd „Da", la întrebarea „Sînteți favorabil sindicatelor?") o serie de șase întrebări pentru a verifica valoarea declarațiilor făcute. A constatat că numai 30 din aceștia și-au menținut opinia, însă cu diferite grade de intensitate. Dacă întrebările factuale au în vedere ceea ce știe populația anchetată, prin anchetele de opinie se urmărește a se stabili ceea ce crede această populație. Peter R. Hofstätter dă în acest sens un exemplu foarte sugestiv: „Poziția stelelor în momentul nașterii influențează viața oamenilor"[10]. Cu privire la această afirmație, există oameni care se declară cu mai multă sau mai puțină siguranță de acord sau împotrivă (fig. 16).

Psihosociologul vest-german amintit oferă și alte exemple la fel de convingătoare: în 1937, revista americană „Tide Magazine" întreba: „Cum considerați legea meta-

[10] PETER R. HOFSTÄTTER, *Die Psychologie der öffentlichen Meinung,* Wien, Wilhelm Braumüller, 1949, p. 20.

lic-metal"? Cu toate că o astfel de lege nu fusese promulgată și nici nu fusese vreodată discutată în Congresul S.U.A., doar 30% din cei întrebați s-au declarat „fără opinie" în această problemă. Aproximativ 70% și-au exprimat poziția în raport cu această lege care, de fapt, nici nu există: 41% au considerat că este vorba de o măsură luată de către un singur stat, 15% că este o lege valabilă, pentru toate statele, 11% au circumscris-o și altor state străine, iar 3% au respins-o[11].

L. E. Hartley, studiind prejudecățile americanilor față de diferitele națiuni, include pe lista din care urmau să fie desemnate cele mai acceptate națiuni și un număr de popoare fictive. Astfel „danirezii" — o invenție lingvistică desemnînd un popor imaginar — sînt plasați printre cele din urmă popoare, totuși înaintea japonezilor.

În cazul cercetării opiniei, informația suferă deviații[12] fie în sensul apărării intereselor materiale ale individului sau ale colectivității, al justificării și întăririi pasiunilor comune sau al întăririi coeziunii grupului. S. Lieberman (1956) pune în evidență efectul schimbării rolului asupra opiniilor și atitudinilor. Studiind opiniile referitoare la politica întreprinderii ale unui grup de 12 maiștri și 6 delegați sindicali înainte și după asumarea sarcinilor, S. Lieberman constată o identitate înaintea schimbării rolurilor și o divergență a opiniilor, care se amplifică pe măsura creșterii duratei de exercitare a acestei funcții (vezi fig. 17).

Cu rare excepții, direcția deviației informațiilor este în același sens atît în cazurile apărării voluntare, cît și involuntare a opiniilor. Rezultă de aici că este mult mai dificil de realizat un chestionar de opinie decît unul de date factuale. Există — așa cum remarcă sociologul Stefan Nowak — o serie de „probleme nevralgice" în investigarea opiniilor: „experiența arată că, în condițiile noastre, din problemele nevralgice care trezesc neîncrederea și determină răspunsuri echivoce sau nesigure, cel puțin a unei părți din persoanele chestionate, fac parte întrebările privind relațiile lor cu șefii sau cu alți oameni de care depinde cel chestionat. Din categoria întrebărilor nevralgice fac parte și întrebările directe despre concepțiile politice ale celor întrebați. În domeniile în care se pare că este vorba de probleme nevralgice se recomandă o deosebită precauție la determinarea limitelor acestor probleme și la interpretarea răspunsurilor"[13]. Uneori este necesară disimularea scopului cercetării, alteori este indicat să se pună aceași întrebare în forme diferite de mai multe ori și să se analizeze concordanța răspunsurilor. Posibilitatea celor investigați de a ascunde adevărul și de a „explica rațional" comportamentul lor trebuie să stea în atenția cercetătorului.

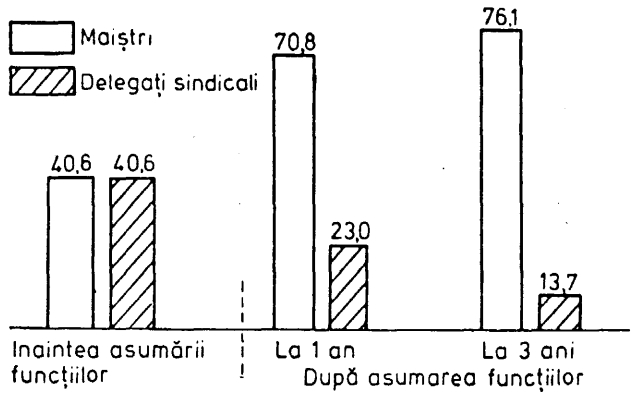


Fig. 17. Efectul schimbării rolurilor asupra opiniilor : procentajul maiștrilor și al delegaților sindicali care susțin „politica întreprinderii" înainte, la 1 an și la 3 ani de la asumarea respectivelor funcții.

Totdeauna trebuie imaginat un sistem de întrebări care să permită concluzii despre direcția, intensitatea, consistența și centralitatea opiniei. Autoanaliza pe care o implică un răspuns la o întrebare de opinie se dovedește a fi foarte dificilă: poți fi foarte de acord cu stilul de conducere al șefului tău de grup, dar să-l dezaprobi ca persoană pentru lipsa lui de sensibilitate artistică. Se cere totuși un singur răspuns: „De acord" sau „Împotrivă". Și aceasta în orice situație. Probabil că un astfel de „răspuns unic corect" nici nu există (C. A. Moser).

Dacă primul criteriu de clasificare a chestionarelor după conținut viza calitatea informației dobîndite, cel de-al

[11] P. R. HOFSTÄTTER, *Einführung in die Sozialpsychologie*, Stuttgart, Alfred Kröner Verlag, 1966, p. 164.
[12] ALFRED SAUVY, *L'Opinion Publique*, Paris, PUF, 1964.
[13] STEFAN NOWAK, *Utilitatea socială a cercetărilor asupra atitudinilor și opiniilor*, în *Sociologia poloneză*, C.I.D.S.P., 1973, p. 130.

A doilea criteriu se referă la cantitatea informației. În acest sens, se poate vorbi de o serie de chestionare.

1. *Chestionare speciale*, cu o singură temă. În practică, este foarte greu să se distingă chestionarele speciale de celelalte feluri de chestionare. Un chestionar privind integrarea profesională este sau nu un chestionar special? Are o singură temă: integrarea. Totuși sînt abordate și alte teme, de exemplu, timpul liber. Complexitatea fenomenelor sociale impune cercetarea concomitentă a unei multitudini de factori, fapt pentru care chestionarele speciale sînt foarte rare. Ele sînt utilizate mai mult în studierea pieței sau a comportamentului electoral, situații în care importantă este viteza obținerii și prelucrării informației. Astfel de chestionare sînt destinate a pune în evidență anumite fenomene, mai puțin pentru a le măsura și încă și mai puțin pentru a le explica. Scopul precis al unor astfel de chestionare este acțiunea. Din acest punct de vedere se dovedesc a fi foarte utile.

2. *Chestionare „omnibus"*, cu mai multe teme. Sînt cel mai des întîlnite. Superioritatea chestionarelor *omnibus* nu este dată în primul rînd de cantitatea mai mare de informații cu privire la fiecare fapt sau fenomen social în parte, ci de posibilitatea de a surprinde interacțiunea și condiționarea acestora. Aspectul cantitativ se raportează în cele din urmă tot la aspectul calității. Chestionarele *omnibus* sînt specifice cercetării fundamentale în sociologie. Ele permit aplicarea analizei secundare și, din punctul de vedere al costului, sînt mai ieftine. Odată stabilit un eșantion, este mai lesnicios să se urmărească mai multe teme cu ocazia aplicării unui singur chestionar, decît să se recalculeze noi eșantioane și să se aplice, după necesități, mai multe chestionare speciale.

B. După *forma întrebărilor*, a stimulilor, se pot distinge: 1) *chestionare cu întrebări închise;* 2) *chestionare cu întrebări deschise;* 3) *chestionare cu întrebări mixte.*

1. *Întrebările închise (sau precodificate)* nu permit decît alegerea răspunsurilor dinainte fixate în chestionare. Gradul de libertate al subiectului este redus; răspunsul trebuie să se încadreze într-una din categoriile propuse în chestionar. Acest lucru presupune din partea subiectului existența unor opinii și cunoștințe bine cristalizate iar din partea cercetătorului o bună cunoaștere a realității studiate. Chiar și în aceste condiții nu este totdeauna ușor de răspuns la astfel de întrebări închise: „Sînteți mulțumit de felul în care își desfășoară activitatea *C.T.C.* din întreprinderea dv.?" sau: „Care este culoarea dominantă pe care o preferați la țesăturile imprimate? 1) albastru, 2) roșu, 3) verde, 4) galben, 5) maro, 6) violet, 7) oranj, 8) alb, 9) alte culori".

În primul caz, cei ce cunosc activitatea *C.T.C.* și au deja o opinie formată pot răspunde fără ezitare: „Da" sau „Nu". Cei ce nu cunosc această activitate sau nu vor să răspundă pot declara: „Nu știu". Rămîne categoria celor indecișI: sînt de acord cu multe momente din activitatea *C.T.C.*, cu altele însă nu. Răspunsul lor este: „Da, cu excepția..." Un astfel de răspuns însă nu este prevăzut în chestionar și atunci subiectul este forțat să aleagă răspunsul: „Da" sau „Nu știu". Nici unul dintre aceste răspunsuri nu reflectă adecvat realitatea. Firește, există și posibilitatea nuanțării răspunsurilor. Se poate oferi spre alegere o scală de răspunsuri: foarte mulțumit; mulțumit; nici mulțumit, nici nemulțumit; nemulțumit; foarte nemulțumit. Cu aceasta, dificultățile nu au fost înlăturate. Subiectul este pus să decidă între mai multe grade de mulțumire sau de nemulțumire. Delimitările sînt însă foarte imprecise: unde sfîrșește — obiectiv — „nemulțumirea" și începe „foarte nemulțumirea"?! Limitele situațiilor în realitate sînt „flou", în timp ce în chestionar sînt clar conturate. Se ajunge din nou la o alegere inadecvată a răspunsurilor. În plus, cercetarea de teren a arătat că oamenii au tendința de a evita răspunsurile extreme, înclinînd să aleagă totdeauna răspunsuri moderate, dacă nu chiar neutre. Unii cercetători înclină chiar să elimine dintre răspunsuri variantele neutre, recomandînd scalele cu valori pereche ale intensităților (în cazul nostru): foarte mulțumit, mulțumit, nemulțumit, foarte nemulțumit. Aceasta este însă tot o alegere forțată. Chestionarele de opinie abundă în întrebări închise (precodificate), cele mai multe fiind dihotomice. George Gallup se pronunță hotărît în favoarea răspunsurilor dihotomice: „da" — „nu", în timp ce alți cercetători optează pentru scalele cu patru posibilități. Cercetările de opinie realizate în mediul industrial la noi au arătat dificultățile aplicării

chestionarelor cu alegeri multiple, fapt ce ne face să credem că răspunsurile dihotomice sînt preferabile. Se naște însă o problemă: există întrebări care prevăd — cu adevărat — răspunsuri dihotomice? Nu! Totodeauna, în afară de „Da" sau „Nu", subiectul are la alegere și un alt treilea răspuns: „Nu știu". Pare deci mult mai judicios să se vorbească de chestionare cu răspunsuri *„trihotomice"* și chestionare cu răspunsuri „precodificate multiplu" (sau cu „răspunsuri în evantai"), „alegeri multiple", „cafeteria"*. Există posibilitatea ca răspunsurile la chestionarele închise să fie incluse chiar în întrebări. Se vorbește atunci despre întrebări alternative (dihotomice) sau selective (precodificate multiplu). Exemplu de întrebare alternativă: „Ieri ați ascultat sau nu ați ascultat radioul?", și de întrebare selectivă: „Ascultați radioul foarte des, des, rar, foarte rar?"

Chestionarele cu răspunsuri „precodificate multiplu" implică cercetarea prealabilă a realității: în chestionar trebuie să apară precodificate, pe cît posibil, toate variantele de răspuns. Între variante, obligatoriu, la sfîrșit, se adaugă „altele"... Această ultimă variantă de răspuns probează gradul inițial de cunoaștere a realității de către cercetător. Mai mult, probează însăși valoarea cercetării. Dacă în legătură cu țesăturile imprimate, o mare parte din populație nu declară că preferă nici albastrul și nici roșul ș.a.m.d., ci indică răspunsul nr. 9: „alte culori", este clar că nici în urma anchetei n-am reușit să depistăm preferințele publicului.

Alegerile „precodificate multiplu" nuanțează răspunsurile, dar sînt susceptibile de distorsiuni, de deformări, *bias*-uri (termen psihosociologic american, indicînd deformările survenite în cadrul anchetelor). Chestionarele cu răspunsuri precodificate trebuie să acorde același număr de alternative pentru opiniile pro și contra. Ordinea de prezentare a alternativelor influențează și ea, după cum rezultatele influențează faptul că alternativele pro și contra au fost ambele explicite. Într-un sondaj efectuat în 1941 privind angajarea S.U.A. în cel de-al doilea război

* Prin analogie cu restaurantele cu autoservire, în care clienții au libertatea de a alege între un număr limitat de feluri de mîncare (în engleză „cafeteria" = restaurant cu autoservire).

mondial, era redată explicit o singură alternativă, cealaltă fiind implicită:

— „Credeți că S.U.A. ar trebui să suspende toate ajutoarele date Angliei?"

— *Da*..... 10%
— *Nu*..... 87%
— *Nedecișî* 3%

Cînd în același an, într-un alt sondaj, au fost explicit redate ambele alternative, răspunsurile au suferit modificări:

— „Credeți că S.U.A. ar trebui să suspende toate ajutoarele date Angliei sau să sprijine în continuare Anglia?"

Suspendarea ajutorului . . . 7%
Continuarea sprijinirii . . . 89%
Nedecișî 4%

De asemenea, lista răspunsurilor precodificate trebuie să fie — pe cît posibil — exhaustivă. Această cerință impune subiecților memorarea unui mare număr de cuvinte sau propoziții. Nu toți subiecții sînt însă dispuși pentru așa ceva și atunci indică drept răspuns prima variantă de răspuns reținută.

Într-un experiment pe circa 600 de persoane, s-a putut constata că ordinea de prezentare a unor fotografii influențează recunoașterea ulterioară a lor. S-au prezentat 6 fotografii, numerotate în ordinea prezentării de la 1 la 6. Au fost apoi amestecate între alte fotografii. S-a indicat subiecților: „Aici avem un șir de fotografii. Doriți să indicați numărul fotografiei pe care dv. deja ați mai văzut-o?".

Foto nr. 1	31%
2	5%
3	14%
4	11%
5	14%
6	23%

A) Ordinea directă de prezentare
$N = 585$
$R = 97\%$

Și acest experiment realizat de Fritz-Reinhard Stroschein probează faptul că primele și ultimele elemente se

reţin mai frecvent decît celelalte. Acest lucru rămîne valabil chiar în cazul prezentării în ordine inversă:

Foto nr. 6 . . . . . 27%	B) Ordinea inversă de prezentare
5 . . . . . 6%	$N = 593$
4 . . . . . 12%	$R = 107\%$
3 . . . . . 12%	(în cadrul experimentului, unii
2 . . . . . 16%	subiecţi nu au dat nici un răspuns,
1 . . . . . 28%	în timp ce alţii au dat mai multe).

Datele de cercetare confirmă faptul că ordinea de prezentare spre alegere a răspunsurilor influenţează rezultatele. Redăm, după acelaşi autor, un exemplu foarte concludent:

A) „Credeţi că preţurile în următoarele 12 luni vor creşte, vor rămîne aceleaşi sau vor scădea?"

B) „Credeţi că preţurile în următoarele 12 luni vor scădea, vor rămîne aceleaşi sau vor creşte?".

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Vor creşte	60%	57%
Vor rămîne aceleaşi	29%	35%
Vor scădea	2%	1%
Nedecişi	9%	7%
Total	100% (500)	100% (500)

Paradoxal, dar această influenţă se menţine şi în cazul întrebărilor privind trecutul şi nu numai cînd ne referim la viitor:

A) „Cum a fost în ultimele 12 luni: preţurile au crescut, au rămas aceleaşi sau au scăzut?"

B) „Cum a fost în ultimele 12 luni: preţurile au scăzut, au rămas aceleaşi sau au crescut?".

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Au crescut	75%	69%
Aceleaşi	18%	22%
Au scăzut	2%	2%
Nedecişi	5%	7%
Total	100% (500)	100% (500)

De asemenea, dacă, prezentîndu-se o listă cu lucruri înşirate într-o ordine şi apoi aceeaşi listă în ordine inversă, se cere subiecţilor să indice lucrurile despre care au vorbit în ultimul timp cu prietenii, vecinii, cunoscuţii, răspunsurile vor fi diferite:

A — ordine directă,
B — ordine inversă.

Răspunsuri	*A*	*B*
Automobil	12%	12%
Televizor	13%	12%
Cafea	9%	7%
Alimente	9%	9%
Mobilă	13%	11%
Radio	8%	9%
Pantofi	13%	12%
Săpun	4%	4%
Mijloace de spălat	8%	11%
Pastă de dinţi	3%	4%
Ţigări	8%	9%
Total răspunsuri	100% (1363)	100% (1235)

În primul caz s-au obţinut cîte 4,1 răspunsuri/persoană, în timp ce în al doilea caz cîte 3,6 răspunsuri/persoană.

Experimental, psihologii au demonstrat că primele şi ultimele elemente ale unei serii de cuvinte sau cifre se reţin mai uşor. De ce? Pentru că între aceste elemente — aşa cum remarcă Y. Castellan[14] — sînt mai puţine legături inutile.

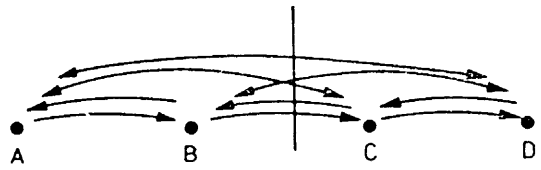


Fig. 18.

[14] Y. CASTELLAN, *Initiation à la psychologie moderne*, Paris, Société d'édition d'enseignement supérieur, 1969.

Între *A* și *B* există o legătură utilă (legătură utilă = legătura dintre elementele succesive) și trei legături inutile, în timp ce între *B* și *C*, în afara legăturii utile sînt patru legături inutile. Pentru a preîntîmpina distorsiunile legate de organizarea materialului, lista răspunsurilor se poate reciti într-o ordine schimbată (sau în dezordine). În cercetările noastre am procedat totdeauna astfel, fără să avem însă certitudinea unor răspunsuri perfect adecvate realității. Pentru a mări gradul de adecvare, se întrebuințează așa-numita *cheklist* — o foaie de hîrtie pe care sînt scrise citeț variantele de răspuns date celui anchetat. Subiectul urmărește pe listă variantele de răspuns, în timp ce operatorul de anchetă dă citire tuturor răspunsurilor. Ca timp, procedeul nu este deloc economicos și poate fi aplicat doar la o populație cu un nivel ridicat de instrucție școlară.

În cadrul chestionarelor, *întrebările închise* (sau precodificate) *prezintă cîteva avantaje:*

— *facilitează analiza statistică a răspunsurilor;*
— *sprijină memoria celui anchetat;*
— *permit aplicarea unor chestionare cu multe „itemuri";*
— *servesc ca „filtru" pentru întrebările următoare;*
— *sporesc anonimatul și securitatea celui anchetat;*
— *înlesnesc „angajarea" în chestionar a subiecților.*

Inconvenientul major al unor astfel de întrebări este legat de sugestibilitatea pe care o implică prezentarea precodificată a răspunsurilor. Se știe că înaintea intrării S.U.A. în războiul antihitlerist, în lunile mai, iunie, septembrie 1941, un număr de 5 institute americane au realizat cercetări pe eșantioane naționale în legătură cu opinia populației privind intervenția militară. Două sondaje realizate aproape concomitent, unul folosind întrebări închise și celălalt întrebări deschise (libere), au dat rezultate diferite[15].

[15] DONALD RUGG și HADLEY CANTRIL, *Die Formulierung von Fragen*, în *Das Interview. Herausgegeben von René König*, Köln-Berlin, Kiepenheuer & Witsch, 1962.

A) *Întrebare deschisă (liberă):*

— Cît de curînd credeți că vom intra în război?

Răspuns:	2 luni	12%
	3 luni	8%
	4—6 luni	22%
	peste 6 luni	31%
	fără răspuns	27%

B) *Întrebare închisă (precodificată):*

— Credeți că noi în 2 luni vom intra în război?

Răspuns:	Da	25%
	Nu	46%
	Nu știu	29%

Diferența de la 12% la 25% poate fi pusă pe seama sugestibilității realizate de întrebările închise. Această diferență poate fi pusă în legătură cu „atracția răspunsurilor pozitive" (da, de acord etc.). Cercetările experimentale au pus în evidență tendința populației de a răspunde pozitiv la întrebările din chestionar. În literatura de specialitate se apreciază valoarea atracției răspunsurilor pozitive ca fiind de 8—12%. Analiza răspunsurilor la întrebările trihotomice (care prevăd varianta de răspuns: „da" pe primul loc) trebuie să aibă totdeauna în vedere aceste distorsiuni inerente. În afara sugestibilității, chestionarele cu întrebări închise par a fi mai puțin indicate în studierea unor fenomene psihosociale complexe. Paul F. Lazarsfeld precizează că întrebările închise sînt adecvate studierii fenomenelor simple, iar întrebările deschise — de preferință studierii fenomenelor foarte complexe, problemelor delicate.

2. *Întrebările deschise (libere, postcodificate)*, spre deosebire de cele închise (sau precodificate), lasă subiectului libertatea unei exprimări personale a răspunsurilor. Vor apărea variații în ceea ce privește forma și lungimea răspunsurilor, fapt ce îngreuiază codificarea, dar care aduce un plus în cunoașterea particularităților unei populații privind: coerența logică, corectitudinea gramaticală, volumul lexical, formularea, viteza de exprimare și capa-

citatea de explicitare. Întrebările deschise permit culegerea unor informații bogate asupra tuturor temelor, fără riscul sugestibilității. Așa cum remarca Maurice Duverger, „Întrebările deschise și închise au avantaje și dezavantaje respectiv inverse"[16]. În cazul unor opinii insuficient cristalizate, chestionarele cu întrebări deschise dau un procent mai ridicat de răspunsuri „nu știu". Diferența poate fi de 10—11%. Întrebările deschise se adresează procesului activ al memoriei, vizează momentul complex al reproducerii în cadrul actualizării informațiilor. Întrebările închise, în special cele „precodificate multiplu" („în evantai", „alegeri multiple", „cafeteria") se referă la celălalt moment al procesului de actualizare: „recunoașterea". Experimental (E. M. Achilles) s-a demonstrat că „recunoașterea este un proces mai facil decît reproducerea"[17].

Proporția elementelor reproduse și recunoscute

	Silabe	*Cuvinte*	*Proverbe*
Reproducerea	12	39	22
Recunoașterea	42	65	67

Diferența dintre gradul de complexitate al proceselor de reproducere și recunoaștere explică scăderea procentului de răspunsuri „nu știu" la întrebările „precodificate multiplu", ca și sporirea numărului de răspunsuri corecte la întrebările care testează cunoștințele. Elisabeth Noelle dă un exemplu în acest sens[18]. Pe un eșantion reprezentativ de 2 024 de persoane (în R.F.G.) s-au obținut rezultatele de mai jos, după cum întrebările făceau apel la reproducere sau la recunoaștere.

A) *Întrebare care implică reproducerea:*

„La televiziune și în ziare se folosesc în zilele noastre multe cuvinte străine. Adesea nici nu se cunoaște semnificația lor. Știți dv., de exemplu, ce înseamnă «Esperando»?"

Da, și anume . . . . . Nu știu . . . . . .

[16] MAURICE DUVERGER, *Méthodes des sciences sociales*, Paris, P.U.F., 1971, p. 201.

[17] *Tratat de psihologie experimentală*, sub redacția Al. Roșca. Editura Academiei R. S. România, București, 1963, p. 367.

[18] ELISABETH NOELLE, *Umfragen in der Massengesellschaft*, Hamburg, Rowohlt, 1963, p. 87.

B) *Întrebare care implică recunoașterea:*

„La televiziune și în ziare se folosesc în zilele noastre multe cuvinte străine. Adesea nici nu se cunoaște semnificația lor. Știți dv., de exemplu, ce înseamnă «Esperando»?"

Limba unitară mondială . . . . . .
Altceva . . . . . .
Nu știu . . . . . .

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Răspunsuri corecte sau aproape corecte	35%	52%
Răspunsuri vagi (combinație de mai multe limbi, limbă ajutătoare, limbă străină)	13%	1%
Răspunsuri incorecte (aparat, dans, cuvînt prescurtat)	2%	2%
Fără răspuns, nu știu	50%	45%
Total	100%	100%

Să analizăm alt exemplu, preluat după Donald Rugg și Hadley Cantril. La începutul celui de-al doilea război mondial, populația S.U.A. a fost întrebată: „Pe care dintre conducătorii politici în viață îi apreciați cel mai mult?". După răspunsul la această întrebare liberă s-a prezentat o listă cu toți conducătorii politici. La întrebarea liberă nu răspund 36% din cei anchetați, în timp ce la întrebarea închisă (precodificată multiplu), pe baza listei, doar 15% nu răspund. Interesant este faptul că în ambele cazuri cel mai popular a fost indicat premierul englez Neville Chamberlain, cel care în 1939 a declarat război Germaniei (la întrebarea închisă / precodificată multiplu/ : 51% *pro;* la întrebarea liberă, 24% *pro*).

Testarea cunoștințelor trebuie făcută totdeauna prin întrebări deschise. Astfel de întrebări pun în evidență ceea ce este stabil, puternic consolidat, nu numai în planul cunoașterii, dar și al comportamentului. Într-o cercetare proprie, încercînd să reconstituim comportamentul ceremonial, puneam subiecților mai întîi întrebări deschise:

„Cum se pregătesc nunțile în satul dv.?". Apoi reveneam cu întrebări închise: „Ce se face? Steag, pom, brad, altceva". Mai amănunțit: „Se fac ospețe pentru steag?" (Da. Nu. Nu știu). Printr-un astfel de procedeu, pot fi descoperite elementele centrale ale comportamentului, opiniilor sau atitudinilor, dar și elemente marginale, mai puțin semnificative, mult mai numeroase. Pentru exemplificare, reproducem un fragment din repartiția răspunsurilor obținute prin aplicarea asupra aceluiași eșantion mai întîi a unei întrebări deschise și apoi a unei întrebări închise (după Fritz-Reinhard Stroschein).

A) *Întrebare deschisă (liberă) implicînd reproducerea:*

„Ați putea să ne spuneți ce anume nu vă place la automobilul dv.?"

B) *Întrebare închisă (precodificată multiplu) implicînd recunoașterea:*

„Pe această listă sînt diferite plîngeri pe care noi le-am avut de la alți posesori de automobile. Vă rugăm să ne spuneți dacă și pe dumneavoastră vă supără la automobilul dumneavoastră".

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
1. — — — — — —		
2. — — — — — —		
⋮		
8. Motorul face zgomot	4%	21%
9. La frig, durează mult pînă se încălzește motorul	0%	14%
⋮		
11. Automobilul este prea îngust	10%	22%
⋮		
14. Lipsește indicatorul de benzină	0%	18%
⋮		
18. Are numai două uși	1%	15%
⋮		
21. Forma caroseriei nu e frumoasă	3%	9%
⋮		
25. Există prea puține piese de schimb	1%	14%
Total	119%	391%

De fiecare dată persoanele anchetate puteau indica mai mult decît un singur răspuns, totuși informația obținută prin întrebări închise (precodificate multiplu), făcînd apel la recunoaștere, este mult mai bogată. Principalul neajuns este indicat pe primul loc în ambele forme: „Automobilul este prea îngust".

Într-o cercetare demoscopică asupra pătrunderii detergenților pe piața R.F.G., utilizarea unei întrebări deschise: „Ce mijloace de spălat folosiți?" (*A*) și, simultan, a unei întrebări închise: „Pe care din mijloacele de spălat, înscrise în această listă, le folosiți?" (*B*), a pus în evidență faptul că evantaiul răspunsurilor este mai întins în forma *B*, dar că intensitatea, frecvența, obișnuința se surprind mai bine prin întrebări deschise.

A) „Ce mijloace de spălat folosiți?"

B) „Pe care din mijloacele de spălat înscrise în această listă le folosiți?"

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Sunil	53%	51%
Persil	36%	39%
Perwoll	13%	26%
Dixan	4%	4%
Fewa	19%	50%
Total	125%	170%

Se observă că forma întrebării influențează stabilirea valorilor medii, extremele evidențiindu-se cu mici diferențe, indiferent de forma sau formularea întrebării. Se recunoaște astăzi că forma și formularea întrebărilor acționează doar asupra persoanelor care nu au, într-o problemă sau alta, opinia cristalizată.

C) Cel de-al *treilea criteriu de clasificare a chestionarelor* este dat de *modul* lor de *aplicare*. Se disting: a) *chestionare autoadministrate;* b) *chestionare administrate de către operatorii de anchetă.*

1. *Chestionarele autoadministrate* presupun înregistrarea răspunsurilor de către înșiși subiecții supuși investigației. Subiecții formulează și consemnează în același timp răspunsurile, eliminînd filtrarea informației de către o altă persoană — operatorul de anchetă. Prin autoadministrare, subiecții se pot exprima mai complet: prin ceea ce răspund la întrebare, dar și prin felul cum fac aceasta. Autoadministrarea elimină unul dintre factorii care influențează răspunsul: personalitatea celui care aplică formularul. În absența unei persoane străine — a operatorului — este probabil ca subiecții să fie mai dispuși să răspundă la întrebări „foarte personale", pot să elaboreze răspunsuri mai „chibzuite", să consulte documentele personale pentru a verifica afirmațiile făcute, să se consulte cu alți membri ai familiei pentru răspunsuri mai precise.

Semnalînd tendința de utilizare necritică a „chestionării orale" în sociologia occidentală, Walter Friedrich din R. D. Germană subliniază avantajele „chestionării în scris"[19].

— numărul mare al celor care pot răspunde concomitent;
— diminuarea efectului de interviu;
— dispariția influenței anchetatorului asupra rezultatelor;
— nivelul superior de concentrare asupra răspunsurilor;
— asigurarea anonimatului.

Marcîndu-se avantajele și dezavantajele chestionarelor autoadministrate și administrate de către operatorii de anchetă nu se pune problema „condamnării" unei tehnici în favoarea alteia, ci se atrage atenția asupra necesității de a cunoaște limitele fiecăreia.

Chestionarele autoadministrate pot fi: a) *chestionare poștale* b) *chestionare publicate în ziare, reviste sau ca anexe la diferite mărfuri vîndute.*

[19] WALTER FRIEDRICH, *Grundprobleme der Befragungsmethode,* în *Methoden der marxistisch-leninistischen Sozialforschung.* Herausgegeben von Walter Friedrich, Berlin, Deutscher Verlag der Wissenschaften, 1971, pp. 40—41.

a) *Chestionarele poștale* reprezintă o modalitate mai rapidă și mai ieftină de recoltare a informațiilor. Expedierea prin poștă a chestionarului presupune însă pregătirea răspunsului: destinatarului i se oferă o dată cu chestionarul și un al doilea plic, timbrat, cu adresa tipărită a institutului care lansează cercetarea. Chiar dacă expedierea chestionarelor este foarte rapidă, înapoierea lor (sosirea răspunsurilor) este relativ înceată. De regulă, sosirea răspunsurilor depășește limita de timp fixată pentru înapoierea lor. Multe răspunsuri nu mai vin niciodată. Din această perspectivă, principalele avantaje ale chestionarelor poștale — rapiditatea și costul lor scăzut — trebuie relativizate. Procentul chestionarelor recuperate încorporează costul chestionarelor expediate: ultimele chestionare care se înapoiază marchează durata recoltării informațiilor.

Utilizarea chestionarelor poștale trebuie să aibă în vedere faptul că, pentru a se asigura răspunsul la întrebări, se impune cu necesitate ca acestea să fie simple, iar tehnica de răspuns foarte clar explicată. La astfel de chestionare, chiar tehnica de ordonare a întrebărilor este diferită de cea a chestionarelor administrate de către operatorii de anchetă. Faptul că subiectul are posibilitatea să vadă, înainte de a răspunde la o întrebare, conținutul tuturor celorlalte întrebări face inutilă folosirea tehnicii „pîlniei" sau a „pîlniei întoarse", anulează efectul de surpriză ș.a.m.d.

Ca o particularitate a tehnicii chestionarelor poștale, scrisoarea însoțitoare înlocuiește preambulul chestionarelor administrate de către operatorii de anchetă. În scrisoarea însoțitoare a chestionarelor poștale trebuie să se explice *ce* se urmărește prin chestionar, *cine* a lansat chestionarul, *cum* au fost desemnate persoanele care să răspundă. Trebuie avut grijă ca, prin scrisoarea însoțitoare, să se motiveze răspunsul subiecților: fără o motivație corespunzătoare nu trebuie să ne așteptăm ca subiecții să răspundă numai din respect pentru știință sau politețe. Trebuie arătată importanța problemei puse în discuție, schimbările ce pot surveni în anchetă, imposibilitatea găsirii unor soluții în afara colaborării cu persoanele interogate. Lansînd un chestionar despre prietenie printre tineri, în scrisoarea însoțitoare vom preciza: „Adulții vorbesc despre prietenie, fără ca să cunoască

exact felul în care se naşte ea şi ce semnificaţie are prietenia pentru viaţa tinerilor. Pentru a putea scrie despre prietenie, dorim să aflăm părerea pe care o aveţi dv. despre prietenie. Nimeni, în afară de tineri, nu poate cunoaşte sentimentele prieteniei la tineri. De aceea vă rugăm să răspundeţi la întrebările următoare: Fără a fi excesiv de politicos, fără persuasiune, fără a promite ceea ce nu se va putea realiza, scrisoarea însoţitoare este bine să fie concisă şi relativ autoritară.

Tot ca o particularitate a chestionarelor poştale, forma acestora, punerea în pagină, acurateţea tiparului influenţează şi motivează subiecţii în a răspunde sau nu la întrebări. Lungimea chestionarului poştal este diferită de cea a chestionarului administrat de către operatorii de anchetă. Pe bună dreptate, cu referire la chestionarul poştal se poate spune: „cu cît chestionarul este mai scurt, cu atît este mai bun". Chestionarele poştale nu trebuie să cuprindă mai mult de 8—10 întrebări simple.

Theodore Caplow citează chiar cazul unui chestionar poştal printre medicii din S.U.A. care cuprindea doar două întrebări:

1) *„Aţi prescris medicamentul „X"?"*

— astăzi,
— săptămîna trecută,
— luna trecută,
— în urmă cu mai mult de o lună,
— deloc.

2) *„Aveţi intenţia de a prescrie în viitor medicamentul „X"?"*

— sigur,
— ocazional,
— este posibil,
— deloc.

Dat fiind interesul pentru chestionar, simplitatea întrebărilor, ca şi dimensiunile reduse ale lui au determinat recuperarea a 90% din chestionarele expediate. Este un caz aproape unic.

Principala limită a chestionarelor poştale este dată de numărul mare de non-răspunsuri, de imposibilitatea de

a alcătui eşantioane reprezentative. Albert B. Blankenship consemnează faptul că într-o ţară cu tradiţie a anchetelor de opinie, cum este S.U.A., se reîntorc doar 15% din chestionarele lansate.

Cu totul excepţional, proporţia chestionarelor recuperate poate ajunge la 80%. În mod obişnuit, pentru a ridica proporţia răspunsurilor la 30—40%, este necesar să se trimită subiecţilor scrisori de rememorare, însoţite de chestionarele la care nu au răspuns. La o anchetă prin poştă lansată de *Universitatea Cornell* (S.U.A.) privind problemele studenţeşti, au răspuns la primul apel 36%, la a doua scrisoare — 25%, la a treia — 20%. Restul de 19% din studenţii care au primit chestionarul n-au răspuns deloc. Au fost trimişi operatori de anchetă la domiciliu pentru a-i identifica: erau fie studenţi în anul I, neîncadraţi încă deplin în viaţa universitară, fie nonconformişti. Prin astfel de procedee: rememorarea şi trimiterea operatorilor de anchete se sporeşte numărul, dar şi reprezentativitatea răspunsurilor. C. A. Moser remarca faptul că răspunsurile venite după scrisoarea de rememorare sînt mai reprezentative pentru populaţia care nu a răspuns decît răspunsurile sosite la termenul fixat. Acestor răspunsuri trebuie să li se acorde o pondere mai mare, pentru că cei ce răspund numai în urma scrisorilor de rememorare, faţă de cei care au răspuns de la început, prezintă caracteristici mai apropiate de cei care nu au răspuns deloc.

Se poate pune întrebarea — împreună cu Suchman şi McCandless[20]. — „Cine răspunde la chestionare?" (poştale). Cei interesaţi, cei mai instruiţi, cei care au mai mult timp liber. Dacă, în mod obişnuit, într-o anchetă punem problema reprezentativităţii, cu privire la chestionarele poştale punem de la început problema nereprezentativităţii. Trebuie să ştim să estimăm nereprezentativitatea acesteia. Pentru a micşora numărul non-răspunsurilor datorate: incapacităţii de a înţelege întrebările, refuzului de a răspunde, pierderii chestionarului, schimbării adresei temporare sau definitive etc., s-a încercat trimiterea repetată a aceloraşi scrisori şi chestionare (Malcoln Rollins), calcularea subeşantionului „absenţilor de

[20] E. A. SUCHMAN şi BODY McCANDLESS, *Who answers questionnaires?*, în „Journal of Applied Psychology", nr. 24, 1940, p. 758.

acasă" (M. H. Hansen și W. N. Hurwitz), ca și trimiterea unor chestionare mai simple sau mai reduse — uneori doar întrebările-cheie.

De asemenea, pentru a incita la completarea chestionarelor autoadministrate, s-a recurs la practica de a introduce „întrebări-locomotivă" la începutul chestionarului, întrebări care să-l intereseze pe cel anchetat și să antreneze la răspuns șirul de întrebări următoare. Pentru acea parte din populație care nu răspunde, după mai multe scrisori de rememorare, pot fi folosiți operatorii de anchetă. Firește, acest procedeu ridică mult costul anchetei, pentru că așa cum remarca, nu fără umor, M. Jahoda, „chestionarele pot fi trimise prin poștă, operatorii nu".

În afara lipsei de reprezentativitate, utilizarea chestionarelor poștale este limitată și de faptul că nu putem ști cu exactitate cine a completat chestionarul (o persoană, mai multe). Pentru unele probleme este necesar să răspundă la întrebări numai un anumit membru al familiei. Autoadministrarea nu oferă garanții în acest sens. Încercarea de a obține un răspuns spontan este imposibilă în cazul chestionarelor poștale. De asemenea, temele cercetate cu ajutorul chestionarelor autoadministrate trebuie să fie foarte atractive pentru subiecții investigați.

b) *Chestionarele publicate* în reviste, ziare sau ca anexă la diferite mărfuri vîndute cunosc cu și mai multă acuitate toate limitele chestionarelor autoadministrate. Nonrăspunsurile fac ca aceste chestionare să fie practic inutilizabile în scopuri științifice. Cel mult, chestionarele publicate în ziare și reviste pot să ducă la adunarea unor răspunsuri-ilustrații, fără a avea pretenția că sînt dătătoare de seamă. La un chestionar tipărit în ziarul „Scînteia tineretului", în 1970, au venit la redacție doar 808 răspunsuri.

În 1974 am prezentat spre publicare în presa pentru tineret un chestionar, din care reproducem, pentru exemplificare, partea referitoare la familie:

România 2000

Viitorul a început. Tinerii de azi vor constitui populația matură din anul 2000.

Chestionarul la care vă invităm să răspundeți își propune să surprindă *cum vă imaginați* dv., tinerii de azi, lumea în care veți trăi în viitor și *cum ați dori* să fie această lume.

Răspunsurile vor fi publicate în coloanele ziarului nostru, astfel încît veți putea compara părerea dv. despre viitor cu imaginea generală a tinerilor despre acesta.

În acest scop, vă rugăm să răspundeți la fiecare întrebare prin *încercarea* uneia dintre cifrele 1, 2, 3, 4, 5, 6 din dreptul răspunsului care corespunde cel mai bine părerii dv. personale.

Chestionarul este *anonim.*

Dacă sînteți tînăr și *dacă vă interesează* să cunoașteți *imaginea României din anul 2000,* decupați chestionarul din ziar și expediați, în decurs de o săptămînă, răspunsurile dv. pe adresa redacției:

Vă mulțumim pentru colaborare!

Nu este deloc ușor să-ți imaginezi cum va fi viața în familie în anul 2000. Dv. *ce credeți?*

I. În *viitor, dragostea va constitui criteriul de întemeiere a familiilor într-o măsură:*

1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca și astăzi 4) mai mică 5) mult mai mică 6) nu știu

II. *Pentru educarea copiilor în familie, în viitor, părinții vor rezerva timp:*

1) mult mai mult 2) mai mult 3) ca și astăzi 4) mai puțin 5) mult mai puțin 6) nu știu

III. *In viitor, femeile își vor petrece în familie, acasă, o parte din timpul lor:*

1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca și astăzi 4) mai mică 5) mult mai mică 6) nu știu

IV. *In viitor, copiii vor fi puși în situația de a se conduce singuri în viață de la o vîrstă:*

1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca și astăzi 4) mai mică 5) mult mai mică 6) nu știu

V. *Familia va avea, în viitor, un rol în viața oamenilor:*

1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca și astăzi 4) mai mic 5) mult mai mic 6) nu știu

Întrebările de pînă acum s-au referit la felul în care proiectaţi dv. viitorul, la ceea ce credeţi că se va întîmpla. Vă rugăm acum să ne spuneţi *ce doriţi* (ce speraţi) să se întîmple în viitor.

VI. *Doriţi ca, în viitor, dragostea să constituie criteriul de întemeiere a familiilor într-o măsură:*

1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca şi astăzi 4) mai mică 5) mult mai mică 6) nu ştiu

VII. *Pentru educarea copiilor în familie, doriţi ca în viitor părinţii să rezerve timp:*

1) mult mai mult 2) mai mult 3) ca şi astăzi 4) mai puţin 5) mult mai puţin 6) nu ştiu

VIII. *Aţi dori ca în viitor femeile să petreacă în familie, acasă, o parte din timpul lor:*

1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca şi astăzi 4) mai mică 5) mult mai mică 6) nu ştiu

IX. *Aţi dori ca în viitor copiii să fie puşi în situaţia de a se conduce singuri în viaţă de la o vîrstă:*

1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca şi astăzi 4) mai mică 5) mult mai mică 6) nu ştiu

X. *Doriţi ca familia în viitor să joace un rol în viaţa oamenilor:*

1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca şi astăzi 4) mai mic 5) mult mai mic 6) nu ştiu

Pentru a putea compara răspunsurile după vîrstă, sex, profesiune etc., fără a ne comunica numele şi adresa dv., vă rugăm să precizaţi:

XI. *Vîrsta* (în ani împliniţi)

1) pînă la 15 ani 2) între 15 şi 20 ani 3) între 21 şi 25 ani 4) între 26 şi 30 ani 5) între 31 şi 35 ani 6) peste 35 de ani.

XII. *Sexul*

1) masculin 2) feminin

XIII. *Starea civilă:*

1) căsătorit 2) necăsătorit 3) alte situaţii

XIV. *Domiciliul stabil:*

1) rural 2) urban

XV. *Ocupaţia actuală:*

1) elev 2) student 3) muncitor 4) agricultor 5) tehnician, funcţionar 6) intelectual (profesor, medic, inginer) 7) alte profesiuni

XVI. *Ultima formă de învăţămînt absolvită:*

1) şc. generală 2) şc. profesională 3) şc. tehnică 4) liceu 5) şc. postliceală 6) învăţămînt superior 7) alte forme de învăţămînt

XVII. *Forma de învăţămînt pe care o urmaţi în prezent:*

1) şc. generală 2) şc. profesională 3) şc. tehnică 4) liceu 5) şc. postliceală 6) învăţămînt superior 7) alte forme de învăţămînt

Chestionarele publicate ca anexă la diferitele mărfuri vîndute constituie mai degrabă o modalitate de a face reclamă comercială decît de a studia piaţa.

După numărul persoanelor care răspund concomitent (în aceeaşi încăpere) la un chestionar autoadministrat, se disting *chestionare autoadministrate individual*, cum sînt cele „poştale" sau cele „publicate" şi *chestionare autoadministrate colectiv*.

Chestionarele autoadministrate colectiv îmbină avantajele chestionarelor autoadministrate cu avantajele celor administrate de către operatorii de anchetă. Informaţia se recoltează rapid, costul este scăzut, non-răspunsurile sînt reduse, subiecţii pot fi lămuriţi suplimentar asupra modului de completare a chestionarelor. Chestionarele autoadministrate colectiv se utilizează în colectivităţile şcolare, în armată, acolo unde, prin însăşi natura activităţilor cotidiene, subiecţii sînt reuniţi în încăperi mai mari, avînd şi posibilitatea de a scrie (mese, scaune). Prin tehnica „extemporalului", autoadministrarea colectivă a chestionarului poate cuprinde 30—50 de subiecţi deodată. În psihologie, aplicarea testelor colective a dezvăluit unele dificultăţi ale „tehnicii extemporalului". Se poate vorbi de o influenţare reciprocă — voluntară sau involuntară — a subiecţilor. Cel ce distribuie chestionarele poate şi el influenţa rezultatele. Cu toate acestea, din propria experienţă de aplicare a unui chestionar de interese profesio-

nale, „*T.I.P.70*“ adaptat de noi[21], considerăm că tehnica extemporalului este perfect utilizabilă în colectivităţile şcolare, pentru avantajele enunţate, dar şi pentru faptul că ea este asemănătoare activităţilor şcolare propriu-zise.

Privitor la chestionarele autoadministrate, credem că trebuie privită cu multă circumspecţie orice încercare de a trage concluzii cu valoare de generalizare prin utilizarea chestionarelor autoadministrate individual, în special a chestionarelor publicate în ziare, reviste sau cărţi.

2. *Chestionarele administrate* de către operatorii de anchetă constituie modalitatea cea mai des utilizată de culegere a informaţiilor. Folosirea operatorilor de anchetă, chiar dacă ridică costul investigaţiei, asigură reprezentativitatea eşantionului, poate lămuri înţelesul întrebărilor, permite să răspundă la chestionar şi persoanele cu nivel de şcolaritate scăzut şi, ceea ce este, poate, cel mai important, însoţeşte întotdeauna aplicarea chestionarului cu înregistrarea unor date de observaţie privind condiţiile ambianţei în care s-a răspuns la întrebări, reacţiile spontane ale subiectului. „Folosirea întrebărilor dinainte stabilite în chestionar implică în unele cazuri modificări, adaosuri de natură nestandardizată, întrebări suplimentare cu finalitate precisă de clarificare şi completare a răspunsurilor“[22]. Acest lucru nu este posibil decît prin utilizarea operatorilor de anchetă, care, aşa cum remarcă Roger Daval, dau şi siguranţa că răspund la chestionar, chiar persoanele desemnate în eşantion şi fac accesibile cercetării probleme mai complexe[23]. Prin administrarea de către operatorii de anchetă a chestionarelor se realizează o comunicare interumană de tip deosebit, un mod „nenatural“ de comunicare[24]. În ce constă specificitatea acestei comunicări? În primul rînd, în faptul că sînt puse în situaţia de a comunica două persoane

[21] S. CHELCEA, *Orientări actuale în studierea intereselor profesionale*, în „Analele Universităţii Bucureşti“, 1970—1971, p. 82.

[22] MARIA MICU-LARIONESCU, *Standardizarea întrebărilor*, în *Sociologia militans*, vol. II, *Metode şi tehnici sociologice*, Editura ştiinţifică, Bucureşti, 1969, p. 128.

[23] ROGER DAVAL, *Traité de psychologie sociale*, Paris, P.U.F., 1963, p. 151.

[24] ERWIN K. SCHEUCH, *Das Interview in der Sozialforschung*, în *Handbuch der empirischen Sozialforschung*. Herausgegeben von R. König, Erster Band, Stuttgart, Ferdinand Enke Verlag, 1967, p. 136.

absolut străine care, alternativ, au rol de emiţător şi de receptor. Relaţia însă nu este simetrică; circulaţia informaţiilor este orientată: comunicarea este deci univocă.

Se poate pune întrebarea: ce-i determină pe oameni absolut necunoscuţi să răspundă la întrebări, uneori foarte intime, să intre într-o astfel de comunicare neobişnuită? Probabil că, în primul rînd, politeţea şi curiozitatea, dorinţa de a contribui la perfecţionarea vieţii sociale. Aceasta impune însă chestionarului să fie axat pe o problemă socială actuală şi să fie, la rîndul lui, politicos. O astfel de motivaţie însă nu este suficientă[25]. Trebuie luate în consideraţie totdeauna şi nivelul de aspiraţii al subiectului şi interesul lui pentru ştiinţă. Comunicarea prin ea însăşi trebuie să motiveze subiectul pentru a continua să răspundă. Priza de contact *(rapport builders)*, abordarea persoanelor spre a comunica constituie totuşi o problemă. Dacă, pentru a intra în contact, s-ar începe astfel: „Aţi avea acum timp să-mi răspundeţi la cîteva întrebări?“, cu siguranţă că mulţi subiecţi ar răspunde „Nu!“. Aşa cum propunea Bernard S. Phillips, este mult mai bine să se încerce formula: „Dacă ar fi posibil pentru dv. să ne ajutaţi la acest proiect de cercetare, atunci aş fi bucuros acum sau cu alt prilej să vă pun cîteva întrebări“[26]. George Gallup propune o formulare: „Sînt din partea *Institutului American de Opinie Publică — Institutul Gallup* — şi trebuie să fac o cercetare de opinie. În fiecare oraş noi întrebăm săptămînal diferiţi oameni ce gîndesc despre unele probleme de însemnătate naţională. M-aş bucura să aud opinia dv. prin răspunsul la cîteva întrebări. Numele dv. nu mă interesează — mă interesează numai opinia dv.“. Uneori, pentru abordarea subiecţilor cuprinşi în eşantion, se trimite în prealabil o scrisoare. Aşa procedează Heinrich Abel în studiul muncitorilor care şi-au schimbat profesiunea[27].

[25] CHARLES F. CANNELL şi ROBERT L. KAHN, *L'interviéw comme méthode de collecte*, în *Méthodes des sciences sociales*, Edit. Leon Festinger et Daniel Katz, Paris, P.U.F., 1959.

[26] BERNARD S. PHILLIPS, *Social Research. Strategy and Tactics*, *London*, 1966, p. 142.

[27] HEINRICH ABEL, *Berufswechsel und Berufsverbundenheit bei männlichean Arbeitnehmern in der gewerblichen Wirtschaft*. Frankfurt/Main, Georg Westermann Verlag, 1957.

„Iubite d-nule.....

De la serviciu mi-a fost indicată adresa dv. V-aș fi foarte recunoscător dacă m-ați ajuta într-o cercetare pe care o fac din însărcinarea... Îmi voi permite să vă vizitez la ora..., în ziua de... și vă rog să rezervați pentru răspunsuri la întrebări circa 30 de minute.

Cu stimă..."

Fără îndoială că modalitatea de a intra în contact cu persoane absolut străine pentru a le cere părerea variază de la cultură la cultură, totdeauna stabilirea contactului spre a comunica rămîne o problemă. Comunicarea dintre operatorul de anchetă și cel ce răspunde la chestionar este „nenaturală" și pentru faptul că, selectiv, mesajul este înregistrat în scris: se consemnează doar răspunsurile subiectului. Acest lucru îl poate deranja pe subiect, îl poate face suspicios. Eleonor E. Maccoby și Nathan Maccoby recomandă operatorilor de anchetă să spună: „Sper că e bine să fac cîteva notițe. Eu aș putea uita ceva, doresc să reținе corect"; sau: „Eu văd într-o zi așa multă lume, știți dv. și aș putea încurca cele spuse de unul și de altul"; sau: „Îmi fac notițe pentru ca mai tîrziu să-mi pot reîmprospăta gîndurile". Există reguli precise de înregistrare a răspunsurilor. C. H. Backstrom și G. D. Hursh au elaborat liste de control *(Check-list)* în acest sens:

— Este interzisă modificarea unui răspuns, după ce s-a trecut la întrebarea următoare. Prima reacție este cea adevărată, exprimă cel mai bine atitudinea. În psihologie se utilizează frecvent proba asociativ-verbală: se consemnează primul cuvînt evocat subiectului de un alt cuvînt-stimul. Timpul de latență (întîrzierea răspunsului) exprimă gradul de emotivitate, dezvăluie cuvintele afectogene. Din această perspectivă, pentru întrebările de opinie se pare că este eficientă tehnica utilizată de Alfred C. Kinsey în studiul comportamentului sexual la bărbat și femeie: tehnica „tirului rapid" care nu permite celui ce răspunde să-și organizeze răspunsurile. Operatorul de anchetă va consemna totuși întrebarea la care s-a încercat o revenire.

— Tehnica „tirului rapid" nu exclude posibilitatea subiectului de a-și aduna gîndurile; pentru întrebările de

cunoștințe, chiar este indicat a lăsa subiectului suficient timp de gîndire. Operatorul de anchetă nu se va grăbi să consemneze un răspuns de tipul „Nu știu" sau „Ce pot spune eu în legătură cu..." sau „Ce știu eu...". Adesea astfel de introduceri prin care subiectul cîștigă timp sînt urmate de răspunsuri foarte competente.

— Operatorii de anchetă nu se vor mulțumi — în cazul chestionarelor cu întrebări închise, precodificate, trihotomice sau multiple — să încercuiască codul, ci vor consemna totdeauna comentariile legate de răspunsurile date.

— Comentariul subiectului trebuie consemnat cuvînt cu cuvînt, curat și citeț, cu expresiile, construcția frazei și chiar greșelile gramaticale ale subiectului. Cînd comentariul este prea lung, este mai bine a se utiliza prescurtările cuvintelor decît să se rezume răspunsurile. Imprimarea pe bandă de magnetofon este soluția ideală de înregistrare fidelă a răspunsurilor: atît conținutul, cît și intonația, pauzele. Chiar cea mai cursivă vorbire nu constă numai dintr-o activitate verbală, ci și din pauze. Frieda Goldman-Eisler (1961) consideră că 40—45% dintr-o „unitate de vorbire" este dată de pauze, ceea ce permite să afirme că „în relațiile verbale, inactivitatea are un rol la fel de important ca și activitatea"[28]. Lingviștii consideră inactivitatea din cadrul vorbirii ca pe un fenomen extralingvistic și nu-i acordă interesul pe care îl are acest fenomen pentru psiholingviști și psihoterapeuți. Pentru înțelegerea interviului ca proces de interacțiune verbală, nu trebuie luate în considerație în primul rînd pauzele scurte *(syntactic junctures)* ce marchează granița dintre unitățile sintactice, care au funcția de a facilita decodificarea actului de comunicare, ci pauzele mai lungi *(hesitation pauses)*, care nu sînt în legătură cu structura lingvistică a actului de comunicare. Aceste pauze pot fi puse în legătură cu două fenomene psihologice: tensiunea emoțională și gîndirea, și verbalizarea în procesul comunicării (Willibald Reschka). Unele cercetări au arătat că utilizarea, în procesul comunicării, a conceptelor cu un grad înalt de abstractizare duce la dublarea numărului de astfel de pauze. În ceea ce privește tensiunea emoțională

[28] WILLIBALD RESCHKA, *Das Interview als ein verbales Interaktionsprozess*, în „Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie", *23*, nr. 4, 1971, p. 751.

care însoțește orice proces de comunicare, se poate spune că ea influențează nu asupra a ceea ce spune subiectul anchetat, ci asupra felului cum spune ceea ce spune.

Pentru analiza înregistrărilor de pe benzile de magnetofon, din perspectiva antropologiei cultural-lingvistice, cercetătorii I. Oprescu și dr. doc. V. Sâhleanu propun următorii indicatori: *indicatorul fonetic* vizînd particularitățile dialectice, locale, specifice, defecțiunile de pronunție; *indicatorul de timbru* (aspru, moale, răgușit etc.); *indicatorul de intensitate* (șoptit, normal, tare); *indicatorul de durată* (viteza de vorbire); *fluența vorbirii* (pauza mută, pauza sonoră, pauza mascată, ezitarea); *caracteristica vorbirii* (plîngăreț, miorlăit, reținut, moale, temător, timid, speriat, contrariat-mirat, a ceartă, ferm, hazliu, neutru); *reacții diverse* (rîde, îi vine să rîdă, mirat-rîde, uimire, trage aer în piept, cască, oftează, contrariat, misterios, plescăie, plescăie satisfăcut, își drege vocea, înghite în sec, lungește cuvintele, declarativ, șoptește înainte să articuleze cu voce tare, întrebător etc.)[29]. Acești indicatori perfect utilizabili în cercetările sociologice marchează superioritatea înregistrării răspunsurilor pe bandă de magnetofon față de oricare alt tip de înregistrare.

Reacția subiecților este însă negativă față de mijloacele de înregistrare mecanică, fapt care reduce spontaneitatea. În afară de aceasta, utilizarea magnetofoanelor ar ridica costul anchetelor și ar mări durata totală a timpului afectat investigației. Pare rezonabil a se accentua faptul că un bun antrenament al operatorilor de anchete, formarea unui stil propriu de abrevieri și — eventual — stenografierea duc la sporirea fidelității în consemnarea răspunsurilor.

— În timpul comunicării răspunsurilor operatorii de anchetă trebuie să privească în ochii celui ce răspunde. Toți autorii sînt de acord cu faptul că simpatia subiectului *A* pentru interlocutorul său *B* se exprimă în numărul și durata privirilor lui *A* către *B*. Privirea întreține comunicarea; orice întrerupere în această comunicare poate declanșa la subiect o reacție defavorabilă continuării răspunsurilor la chestionar.

Desigur, în afara consemnării răspunsurilor cuvînt cu

[29] I. OPRESCU, V. SÂHLEANU, *Indicatori în cercetările de antropologie cultural-lingvistică*, în „Varia anthropologica", nr. 3, 1973, p. 68.

cuvînt, există posibilitatea consemnării răspunsurilor din memorie, fapt ce apropie de firesc comunicarea dintre operatorul de anchetă și subiectul interogat. Consemnarea din memorie prezintă însă un grad mai redus de fidelitate: unele din momentele dramatice ale aplicării chestionarului sînt înregistrate, în timp ce altele sînt omise. Tehnica consemnării doar a gradului de adeziune, ca și consemnarea doar a cuvintelor-cheie reduc înregistrarea la elementele ei esențiale și se recomandă ori de cîte ori nu avem de-a face cu operatori de anchetă experimentați.

În fine, administrarea chestionarului de către operatorii de anchetă dă naștere unei comunicări interumane de un tip deosebit, pentru că în cadrul acestei comunicări feed-back-ul este diminuat. Feed-back-ul, retroacțiunea este elementul esențial într-o comunicare.

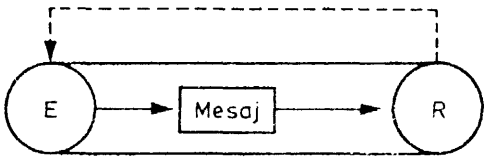


Fig. 19.

Roger Mucchielli sublinia efectele feed-back-ului asupra emițătorului și asupra relației emițător-receptor[30]:

1) *Asupra emițătorului:*

— evidențiază condițiile recepționării;
— determină o flexibilitate a comunicării prin:
  — perceperea obstacolelor,
  — cunoașterea personalității receptorului,
  — adaptarea mesajului,
  — sensibilizarea la semnale verbale și nonverbale.

[30] ROGER MUCCHIELLI, *Communication et reseaux de communications*, Paris, Librairies tehniques, Entreprise moderne d'edition et les Editions E.S.F., 1971.

2) *Asupra relației emițător-receptor:*

— sporește sensibilitatea receptorului și simpatia lui față de emițător;

— sporește sensibilitatea emițătorului și simpatia lui față de receptor;

— facilitează comunicarea prin învățarea rolurilor de emițător și de receptor.

În administrarea chestionarului de către operatorii de anchetă, relația operator de anchetă — subiect intervievat (emițător-receptor) se caracterizează printr-o pronunțată „lateralitate" (Bavelas și Levit). Desigur, lateralitatea nu e maximă, feed-back-ul nu ia valoarea zero, dar nici nu este posibil, în această relație, ca emițătorul (operatorul de anchetă) să-și propună cunoașterea personalității receptorului (a subiectului intervievat) cu scopul de a adapta mesajul (chestionarul) și de a modifica canalul de comunicare (limbajul verbal sau nonverbal). Mai mult, administrarea chestionarului de către operatorii de anchetă nu presupune totdeauna simpatia manifestă a emițătorului față de receptor. Este adevărat că în teorie, dar și în practica investigării fenomenelor sociale, relația operator de anchetă — subiect anchetat, cel mai adesea se caracterizează prin „sensibilitate". Carl R. Rogers, cunoscut prin lucrările sale de psihoterapie, recomandă celui care face interviul (pentru că administrarea chestionarului de către operatorul de anchetă este o formă a interviului: „interviu pe bază de chestionar" sau, cum i se mai spune: interviu standardizat, formalizat, inflexibil, controlat) să arate totdeauna simpatie față de cel ce răspunde ca persoană, dar nu și față de opiniile lui. Într-un experiment de aplicare a unui test proiectiv, comportamentul pozitiv al experimentatorului, comparativ cu un comportament neutru sau negativ față de subiect, a dus la sporirea numărului de răspunsuri și totodată la ridicarea nivelului creativității (Edith Lord). Exprimarea simpatiei, comportamentul pozitiv al operatorului de anchetă vizează cooperarea cu subiectul intervievat. Operatorul de anchetă nu va demoraliza pe cel ce nu găsește răspuns la mai multe întrebări printr-o astfel de remarcă: „Nici pe asta n-o știți!", ci cu înțelegere și simpatie, zîmbind, va putea destăinui că nici el nu cunoaște

răspunsul la întrebare, dar că așa scrie în chestionar și că trebuie să se conformeze instrucțiunilor primite de la organizatorii anchetei.

În afara *interviului sensibil* multe institute de cercetări, între care și *American Institute of Public Opinion,* folosesc tehnica *interviului neutral.* Operatorul de anchetă se prezintă ca profesionist în luarea interviurilor și relația operator de anchetă—intervievat devine o relație profesională. Operatorul de anchetă are o atitudine neutră, imparțială și indiferentă. Orice reacție de simpatie sau antipatie, de aprobare sau dezaprobare este interzisă operatorului de anchetă: feed-back-ul este mult redus. Emițătorul — de această dată subiectul care răspunde — nu poate recepționa efectul pe care l-a produs mesajul (răspunsul) transmis. În fața lui nu se găsește un interlocutor sensibil, ci unul „neutru", care repetă întrebarea dacă nu s-a înțeles, dar nu are libertatea de a explica, care înregistrează răspunsurile, dar nu le comentează.

Cea de-a treia modalitate de administrare a chestionarului — conform lui E. K. Scheuch — este cea a *interviului sever,* destul de rar utilizat în investigația sociologică. Este mai mult un interogatoriu decît un interviu: subiectului i se reproșează inconsecvențele răspunsurilor, i se atrage atenția asupra răspunderii ce o poartă pentru rezultatele cercetării; între operatorul de anchetă și cel intervievat se realizează o distanță, care devine maximă cînd administrarea chestionarului capătă forma *interviului antagonic.* Chiar în această formă de interviu, operatorul de anchetă nu trebuie să influențeze subiectul să răspundă într-un anume fel. Răspunsul corect la chestionar este cel care reflectă cel mai adecvat opinia subiectului: ceea ce contează în administrarea chestionarelor este tocmai crearea condițiilor pentru exprimarea opiniilor, realizarea unei atmosfere permisive, lipsite de teama de a greși.

Alegerea și formarea operatorilor de anchetă contribuie în cel mai înalt grad la reușita aplicării chestionarului, la obținerea informației primare și deci la eficiența investigației. Albert B. Blankenship se întreabă: „cine este un bun operator de anchetă?" Răspunsul: „o persoană inteligentă, sănătoasă, extrovertită și fără prejudecăți"

nu este limitativ. Se mai poate formula cerința ca operatorii de anchetă să fie: agreabili, maturi, obiectivi și conștiincioși, interesați de problemele umane, capabili de a trăi intens sentimentele altora (empatie). Raymond L. Gorden[31] atrage atenția asupra valorii empatiei în desfășurarea interviului pe bază de chestionar.

Experiența a arătat că femeile sînt mai indicate în munca de operator de anchetă decît bărbații, pentru că sînt mai ușor acceptate în casă și deci pot înregistra mai exact răspunsurile și reacțiile subiecților, pentru că sînt capabile de mai multă sensibilitate și sînt mai puțin suspecte decît bărbații (M. Dunnette, K. Kirchner).

Sexul operatorilor de anchetă pare să dea naștere unor distorsiuni. Într-un experiment de condiționare verbală, subiecții au emis un număr mai mare de cuvinte ostile cînd experimentatorul era de sex feminin, cu fizic plăcut, decît atunci cînd experimentatorul era de sex masculin. O sarcină simplă de sortare, experimental, a fost mai bine rezolvată cînd subiecții și experimentatorii erau de sex opus[32]. Este demonstrat faptul că la interpretarea rezultatelor trebuie avută în vedere corespondența, din punct de vedere al sexului, dintre operatorii de anchetă și subiecți. Herbert H. Hyman a pus în evidență influența sexului operatorilor de anchetă asupra răspunsurilor subiecților[33]. Pe un număr de 819 subiecți, bărbați și femei, s-au obținut următoarele răspunsuri cînd au fost intervievați bărbații de către bărbați, bărbații de către operatorii de anchetă femei ș.a.m.d.:

— *„Închisorile sînt prea bune pentru cei ce atentează la pudoare: ei ar trebui pedepsiți public"*:

	De acord	*Împotrivă*	*Nedecișî*
Bărbați intervievați de bărbați	44%	48%	8%
Bărbați intervievați de femei	39%	58%	3%
Femei intervievate de femei	49%	47%	4%
Femei intervievate de bărbați	61%	28%	11%

[31] RAYMOND L. GORDEN, *Interviewing, strategy, techniques and tactics*, Illinois, The Dorsey Press, 1969.

[32] AURORA PERJU-LIICEANU, *Experimentul psihologic ca act de comunicare interpersonală*, în „Revista de psihologie", 17, nr. 4, 1971, p. 391.

[33] HERBERT H. HYMAN, *Interviewing in Social Research*, Chicago, 1954.

Ca și subiecții cuprinși în anchetă, operatorii de anchetă au un statut social propriu, fac parte dintr-o anume categorie socio-profesională. Voluntar și cel mai adesea involuntar, ei exprimă poziția lor socială prin felul cum vorbesc, prin îmbrăcăminte, comportament. Subiectul intervievat percepe statutul social al operatorului de anchetă și ajustează comportamentul lui verbal (răspunsurile) în raport cu ceea ce crede că așteaptă sau ar trebui să afle operatorul de anchetă, ca reprezentant al grupului său social, de la el.

O serie de autori ca: Herbert H. Hyman, Stephen A. Richardson, Barbara S. Dohrenwend și David Klein (1965) subliniază faptul că perceperea de către cel care răspunde a unei „distanțe sociale" față de operatorul de anchetă influențează puternic răspunsurile. D. Robinson și S. Rhode găsesc o diferență de 19% în repartizarea răspunsurilor cînd, într-o problemă națională, operatorii de anchetă fac parte din populația majoritară sau minoritară. Daniel Katz reușește să evalueze influența statutului social în cadrul relației operator de anchetă—subiect intervievat.

Dar nu numai elementele ușor observabile: sexul, vîrsta sau statutul social al operatorului de anchetă influențează reacțiile subiectului. Alura generală, maniera de a fi și de a se mișca a operatorului de anchetă, gestul, privirea acționează asupra celui ce răspunde. Este foarte probabil, așa cum remarca Donald A. Gordon (1967), că un sentiment antagonist față de operatorul de anchetă va spori numărul răspunsurilor „nu știu". Dimpotrivă, un sentiment de inferioritate, în orice privință, va diminua frecvența răspunsurilor „nu știu", intervievatul fiind tentat să facă presupuneri acolo unde informația îi este lacunară (Joan Macferlane Smith). Unele experimente au demonstrat apariția răspunsurilor conform așteptărilor experimentatorului datorită influenței neintenționate a factorilor paralingvistici și chinestezici ai experimentatorului. Se vorbește astăzi despre o nouă știință avînd ca obiect de studiu semnificația psihologică a contracțiilor musculare. Prin mimică, operatorul de anchetă trebuie să exprime interes pentru răspunsurile subiectului; privirea trebuie să fie vie, optimistă. Anchetatorul trebuie

să fie optimist și nimic nu demoralizează mai mult un operator de anchetă decît un chestionar lung și neinteligent. Sentimentul de colaborare a operatorilor de anchete cu organizatorul investigației, atragerea acestora la alcătuirea chestionarului, supravegherea adecvată și remunerația corespunzătoare mențin moralul anchetatorilor. În afara factorilor nonverbali, o serie de factori paralingvistici asociați cuvîntului sînt de mare importanță în comunicarea dintre operatorul de anchetă și cel intervievat. Efectele verbo-motorii (ritm, debit verbal, articulație), efectele vocii (timbru, intensitate, modulații), ca și efectele cuvintelor și ale frazelor (jocurile de sens etc.), așa cum remarca J. Guilhot[34], fac să se vorbească în cadrul comunicării interumane despre o „semnificație subiectivă" (ceea ce se intenționează a se transmite) și despre „o semnificație obiectivă" (ceea ce se transmite de fapt). Simpla întărire a răspunsurilor printr-un „mm-hmm" a dus la creșterea performanțelor subiectului (J. Greenspoon, W. S. Verplank). Referitor la această „intonație magică", la universalul „hm" al operatorilor de anchetă, scriitorul și sociologul francez Georges Perec remarcă plurivalența: „punctează cuvîntarea celui intervievat, îi cîștigă încrederea, îl înțelege, îl îmbărbătează și-l întreabă, ba uneori chiar îl și amenință"[35].

Cadrul fizic în care se administrează chestionarul, ca și momentul, ora din zi, ziua din săptămînă, exercită o influență asupra răspunsurilor. Sînt de evitat încăperile „oficiale"; cel mai indicat este să se desfășoare interviul ca o discuție cît mai obișnuită într-un cadru obișnuit: la locul de muncă sau la domiciliul subiectului. Dar la locul de muncă, ca și la domiciliul subiectului intervievat, imposibilitatea izolării față de ceilalți perturbă comunicarea. Prezența unei a treia persoane în momentul intervievării modifică răspunsurile. De exemplu tinerii apreciază pozitiv cunoștințele școlare cînd administrarea chestionarului se face în prezența unei a treia persoane (adult). Într-o cercetare a Universității din Berlinul de Vest (1958) era formulată această întrebare:

[34] J. GUILHOT, *La dynamique de l'expression et de la communication*, Paris, Edit. Mouton et Cie, 1962.

[35] GEORGES PEREC, *Lucrurile*, Editura pentru literatură universală, București, 1967, p. 39.

— *„Credeți că cunoștințele școlare, mai tîrziu în viață, vă vor folosi: toate, multe, unele sau nici unele?"*

Răspunsuri	*În prezența celei de-a treia persoane*	*În absența unei a treia persoane*
Toate	11%	5%
Multe	49%	37%
Unele	40%	58%
Nici unele	0%	0%

Cercetînd aceeași problemă (influența prezenței celei de-a treia persoane în momentul administrării chestionarului), M. R. Sheppard (1961) stabilește că exactitatea răspunsurilor la întrebările factuale sporește, dar distorsionează puternic răspunsurile la întrebările de opinie. Pentru a diminua această sursă de erori, în chestionar trebuie prevăzut totdeauna un spațiu pentru observații în care să se consemneze condițiile în care s-a administrat chestionarul. Pentru a evita acțiunea perturbatoare a celorlalți, ca și influența diferitelor sedii, amenajarea unei încăperi speciale (un birou) lîngă locul de muncă al celui intervievat pare a fi „cel mai bun caz"[36]. Walter Friedrich de la *Institutul central pentru studiul tineretului*, din Leipzig (R.D.G.), atrage atenția asupra faptului că „interviul nu va putea fi completat parte la locul de muncă, parte în pauza de masă, la club sau la domiciliu"[37] și formulează cerința standardizării condițiilor de administrare a chestionarelor (din punctul de vedere al spațiului).

Alegerea momentului cel mai adecvat pentru administrarea chestionarului nu este întîmplătoare. Orele prea matinale sau prea tîrzii sînt nepotrivite. Se consideră că anchetele pot fi făcute în tot cursul zilei, cu excepția orelor de masă și de odihnă, cu începere de la ora 9 de dimineață pînă la ora 9 seara. Întreruperea din muncă

[36] ELENA FLOREA și MARIA MICU, *Interviul sociologic. Valoarea și limitele lui*, în *Teorie și metodă în științele sociale*, vol. III, Editura politică, București, 1966, p. 257.

[37] WALTER FRIEDRICH, *Grundprobleme der Befragungsmethode*, în *Methoden der marxistisch-leninistischen Sozialforschung*, Herausgegeben von Walter Friedrich, Berlin, Deutscher Verlag der Wissenschaften, 1971, p. 37.

a subiecților plătiți în acord, ca și reținerea după orele de program a celor din regie este neindicată. M. Maget, subliniind importanța momentului luării de contact, precizează: „ca regulă generală, se evită a se tulbura:

— activitatea care cere un efort susținut sau intens,
— repausul familial,
— repausul de după o muncă grea“[38].

Ziua din săptămînă în care se desfășoară ancheta influențează răspunsurile. Pe un eșantion de 1 079 de berlinezi s-a făcut o cercetare demoscopică.

— *„Credeți că prețurile în 1959 vor rămîne aceleași, vor crește sau vor scădea?“*

Răspunsuri	*Luni și Vineri*	*Sîmbătă*	*Duminică*	*Total*
Vor crește	71%	76%	79%	74%
Vor rămîne aceleași	26%	22%	19%	23%
Vor scădea	3%	2%	2%	2%
Total	100%	100%	100%	100%
	(556)	(221)	(302)	(1079)

Pentru a neutraliza sursa de eroare introdusă prin intervenția operatorilor de anchete, pentru a reduce deci dezavantajele chestionarelor administrate de către acești operatori, trebuie totdeauna îndelung gîndită alegerea timpului și a locului de desfășurare a interviului, dar și alegerea persoanei care să se califice ca operator de anchete.

Administrarea chestionarelor este tehnică și artă în același timp. Fără o anume predispoziție înnăscută: temperament extrovertit, capacitate de a trăi sentimentele altora (empatie), fizic plăcut, sănătate robustă, inteligență, nimeni nu poate deveni bun operator de anchete. Dar nici cea mai dotată persoană nu va putea realiza un interviu pe bază de chestionar corect dacă nu va respecta o serie de *reguli tehnice:*

[38] M. MAGET, *Guide d'étude directe des comportamente culturels*, Paris, Centre National de la Recherche Scientifique, 1962, p. 173.

— *studierea chestionarului;*
— *(cvasi) memorarea întrebărilor;*
— *respectarea succesiunii întrebărilor;*
— *înregistrarea fidelă a răspunsurilor;*
— *intervievarea numai a persoanelor indicate;*
— *păstrarea secretului profesional.*

Formarea operatorilor de anchetă ca profesioniști și instrucția atentă înaintea fiecărei investigații se impun cu necesitate. Trebuie stabilit dacă operatorii de anchetă potențiali nu au ei înșiși prejudecăți legate de viața sexuală, fumat, alcool, religie etc.

În nici un caz cei cu prejudecăți marcante nu vor fi antrenați în investigarea unor fenomene ca cele amintite. Completarea de către operatori a cîte unui chestionar din cele care urmează a fi aplicate are un dublu scop:

— dezvăluie operatorilor dificultățile de formulare a răspunsurilor;

— dezvăluie organizatorilor anchetei gradul în care răspunsurile celor investigați concordă cu răspunsurile date de către operatorii de anchetă.

Unele încercări de validare a modului în care se administrează chestionarele de către operatorii de anchetă au pus în evidență o serie de erori:

— de memorie,
— netransmiterea cuvînt cu cuvînt a instrucțiunilor,
— fenomenul de supra-sondare (de obținere cu orice preț a răspunsurilor),
— mare variabilitate de la operator la operator în ceea ce privește comportamentul,
— percepție selectivă (operatorii sînt înclinați să audă ceea ce doresc ei să audă),
— folosirea propriului vocabular în înregistrarea răspunsurilor,
— scurtarea sau lungirea răspunsurilor (în funcție de debitul verbal al operatorului, nu al celui care răspunde).

Eliminarea totală a surselor de erori rezultate din aplicarea chestionarului de către operatorii de anchetă nu este posibilă. Pot și trebuie să fie eliminate erorile sistematice, cele care nu se anulează prin numărul (mai tot-

deauna mare) al operatorilor de anchetă. De asemenea, totdeauna trebuie făcut un control de validare a felului cum se aplică chestionarul, operatorii de anchetă fiind avertizați despre acest control. În acest sens, este frecvent utilizat *controlul prin poștă*. Se expediază scrisori persoanelor cuprinse în eșantion (la 30—50% din acestea) și pe baza răspunsurilor primite (se înapoiază 50—60% din scrisorile expediate) pot fi trase concluzii cu privire la probitatea și tehnicitatea anchetatorului: dacă durata aplicării chestionarului s-a încadrat în „zona de timp" prevăzută, dacă persoana interogată este cea desemnată în eșantion etc. Un alt mijloc de control este *relectura chestionarului*, care permite depistarea biais-urilor (erorilor) introduse de operatorii de anchetă. *Verificarea la calculator* ca și *contra-ancheta* oferă garanții suficiente pentru munca în teren a operatorilor.

•

Încercarea de clasificare a chestionarelor după conținut, formă și mod de aplicare nu trebuie înțeleasă ca pe o diviziune și compartimentare rigidă; una și aceeași întrebare poate fi de opinie sau factuală, unul și același chestionar poate fi interpretat ca fiind special sau omnibus, poate fi autoadministrat sau administrat de către operatorii de anchetă. Prin chestionarele factuale înregistrăm ceea ce se presupune că subiectul știe: cum îl cheamă, ce vîrstă are, cînd a mers ultima dată la cinematograf. Prin cele de opinie, înregistrăm ceea ce crede individul. Întrebînd: „Unde vă veți petrece concediul de odihnă din acest an?" ce vom afla? O opinie sau un răspuns factual? Este greu de precizat: se amestecă într-un tot indivizibil certitudini, dorințe, speranțe, hotărîri etc. Mai mult, întrebarea în sine sau chestionarul în sine nu pot fi considerate nici de opinie, nici factual dacă nu sînt raportate la populația la care se aplică. Întrebînd: „Care credeți că sînt consecințele poluării atmosferei?" vom obține de la nespecialiști simple opinii, în timp ce de la specialiștii în ecologie vom obține date factuale. Despre chestionarele speciale am arătat cît pot fi ele de speciale, în condițiile în care orice fapt social este greu de surprins în complexitatea lui: complexitatea fiind caracteristica definitorie a faptelor și fenomenelor sociale.

Nu întîlnim decît foarte rar într-un chestionar numai întrebări deschise sau numai întrebări închise, foarte adesea subiectului i se dă posibilitatea să răspundă liber și operatorul de anchetă încadrează răspunsul dat într-unul precodificat.

De la sine înțeles că orice chestionar elaborat spre a fi autoadministrat poate fi și administrat (în practică, pentru a completa eșantionul, cum s-a arătat, sînt trimiși operatori speciali să administreze chestionarele poștale). De asemenea, subiecții cu nivel superior de școlarizare pot răspunde singuri, prin autoadministrare, fără mari dificultăți, la chestionarele elaborate în ideea de a fi administrate de către operatorii de anchetă.

Clasificarea pe care am realizat-o, în scopul de a facilita înțelegerea problematicii chestionarului ca instrument de investigare a fenomenelor sociale, trebuie privită ca o încercare de construcție a unor tipuri-limită. În practică întîlnim ponderi mai mult sau mai puțin accentuate ale diferitelor caracteristici enumerate.

4.
Structura chestionarului

A vorbi despre structura chestionarului înseamnă a vorbi despre diferitele tipuri de întrebări ca elemente ale structurii și despre raporturile dintre aceste întrebări ca legături între elementele structurii. În cadrul unui chestionar, schimbarea unei părți atrage după sine modificarea întregului; suprimarea unei părți atrage după sine modificarea întregului; suprimarea unui element antrenează după sine raporturi schimbate între elementele — întrebările — reținute, deoarece chestionarul reprezintă un singur tot, unitar, formalizat.

În structura chestionarelor, în raport cu funcția lor, pot fi puse în evidență întrebări: 1) *introductive, de contact sau de „spart gheața"; 2) întrebări de trecere sau tampon; 3) întrebări filtru; 4) bifurcate;* 5) *„de ce"; 6) de control; 7) întrebări de identificare.*

1. **Întrebările introductive** au rolul de a sparge gheața, de a „încălzi" atmosfera, de a da subiectului sentimentul de încredere în anchetator și în el însuși. Prima în-

trebare nu se va referi la date personale, nici la lucruri foarte complicate. Mulți practicieni ai anchetelor subliniază faptul că prima întrebare este bine să fie închisă (răspuns de tipul *Da-Nu*), să permită subiectului să răspundă fără mari eforturi. Într-o anchetă privind raporturile individ—stat—societate s-au imagina astfel de întrebări de contact[39].

a) *„Credeți că ar fi mai bine să trăim fără a trebui să muncim?"*

Da 1
Nu 2
Nedecis 3

b) *„Se spune frecvent că noi trăim într-o lume grăbită. Cum apreciați situația dv.: aparțineți acelor oameni care au mult prea puțin timp?"*

Mult prea puțin timp 1
Nu prea puțin 2
Alt răspuns 3

Ambele întrebări de contact vizează problema asupra cărora în mod curent oamenii își pun întrebări: necesitatea muncii, lipsa timpului liber, dar nu abordează problemele esențiale ale chestionarului.

Într-o anchetă privind prestigiul diferitelor profesiuni (S.U.A.) 1967, realizată de National Opinion Research Center, întrebarea de contact era astfel formulată:

a) *„Presupuneți că un tînăr înzestrat vă cere sfatul asupra celei mai valoroase profesiuni. Ce profesiune ați indica-o?"* William J. Goode și Paul K. Hatt comentează această întrebare[40]: ea pune subiectul în situația de a da sfaturi și îl lămurește în același timp cu privire la scopul investigației. Legată de ea, cea de-a doua întrebare:

b) *„Ce este cel mai important, după părerea dv., să stea în atenția unui tînăr cînd își alege profesiunea?"*

[39] ELISABETH NOELLE, *Umfragen in der Massengesellschaft*, Hamburg, Rowohlt, 1963, pp. 88—89.

[40] WILLIAM J. GOODE și PAUL K. HATT, *Beispiel für den Aufbau eines Fragebogens*, în *Das Interview. Herausgegeben von René König*, Köln-Berlin, Kiepenheuer & Witsch, 1962.

Aceasta este în fond prima întrebare a chestionarului.

Practica chestionarului uneori dezvăluie deficiențe în legătură cu întrebările introductive. Multe chestionare încep greșit — după părerea noastră — cu întrebări de identificare:

Chestionar

1. Sexul (B) (F) Profesiunea tatălui .. a mamei ... Părinții sînt divorțați. Da, Nu. Recăsătoriți. Da, Nu.

Pentru ca după aceste întrebări — care sînt și foarte personale înainte de „a se sparge gheața", subiectul să fie întrebat direct, fără încercarea de a-l introduce în temă:

2. Ce aveți de gînd să faceți după terminarea liceului?

Chiar atunci cînd se renunță la întrebările de identificare, multe chestionare încep direct, omițîndu-se întrebările introductive.

Chestionar

1) Ce înseamnă pentru tine fericirea?
2) Care sînt calitățile pe care le prețuiești cel mai mult la oameni?

Exemplele pot fi înmulțite:

Chestionar

1) Care au fost cele trei obiecte (materii) care v-au plăcut cel mai mult în școală?

Sau:

Anonim

Chestionar

Răspunsurile se marchează prin încercuirea cifrei de cod corespunzătoare variantei de răspuns indicată de subiect.

1. Aveți radio? 1. Da 2. Aveți televizor? 1. Da
2. Nu 2. Nu

2. **Întrebările de trecere** au drept scop de a marca în structura chestionarului apariția unei noi grupe de întrebări referitoare la o altă problemă. Prin aceste întrebări se stabilește cadrul de referință pentru răspunsuri și se încearcă a se motiva aceste răspunsuri. Într-un chestionar nu avem de-a face cu o succesiune de stimuli izolați, ci cu o înlănțuire de stimuli interconditionați. Ac-

țiunea unuia dintre acești stimuli este pregătită de acțiunea stimulului anterior. Întrebările de trecere au această funcție de pregătire. *Exemplu:*

5. Socotiți că programul televiziunii ar trebui să cuprindă următoarele emisiuni, mai des sau mai rar?

	(1) mai des	*(2) mai rar*	*(3) ca pînă acum*	*(4) indiferent*	*(5) nu pot răspunde*
Filme artistice					
Muzică ușoară					
Telejurnal					
Economice					
Seriale					
Muzică populară					
Sport					
Transfocator					
Varietăți					

6. Și acum cîteva întrebări despre filmele artistice:

a) La ce oră ați dori să fie programate:?

(1) Ca pînă acum (2) Mai devreme (3) Mai tîrziu (4) Nu pot răspunde

b) În mod obișnuit filmele prezentate în emisiunea „Telecinemateca" vă satisfac?

(1) Filmul nou (2) Filmul vechi (3) Mi-e indiferent

În alte chestionare, grupele de întrebări sînt și mai accentuat separate, pentru ca în interiorul fiecărei grupe de întrebări coerența răspunsurilor să fie crescută.

Lumea în anul 2000

45) Va fi mai firesc sau mai puțin firesc ca femeile să ocupe posturi de conducere?
mult mai mult — ca și azi — mai puțin — nu știu.

46) Va fi mai firesc sau mai puțin firesc ca tinerii să ocupe posturi de conducere?
mult mai mult — ca și azi — mai puțin — nu știu.

Întrebările de pînă acum s-au referit la ceea ce credeți că se va întîmpla în anul 2000. V-am ruga acum să ne spuneți ce ați dori să se întîmple în anul 2000.

47) Oamenii vor fi mai preocupați sau mai puțin preocupați de viața lor interioară?
mai mult — ca și azi — mai puțin — nu știu

48) Oamenii vor fi mai interesați sau mai puțin interesați de succesul lor pe plan social?
mai mult — ca și azi — mai puțin — nu știu

Există posibilitatea ca întrebările de trecere sau tampon, între grupele de întrebări vizînd probleme distincte să fie înlocuite de o adecvată punere în pagină: se distanțează grupele de întrebări, se introduc desene distinctive: linii, chenare.

Întrebările de trecere reprezintă momente de destindere în cadrul chestionarului și duc la concentrarea atenției subiectului asupra problemelor ce urmează a fi discutate, facilitîndu-i abordarea succesivă a întrebărilor.

3. **Întrebările filtru** au o funcție contrară întrebărilor de trecere: ele opresc trecerea unor categorii de subiecți la întrebările succesive, reprezentînd în același timp un control al calității răspunsurilor. Exemplu:

13) „Informația Bucureștiului" a publicat anul acesta vreun material despre unitatea în care lucrați?
1. Da.
2. Nu.
3. Nu știu.

(Pentru cei care dau răspunsul 1 urmează întrebările 14, 15 și 16. Pentru cei care dau răspunsurile 2 și 3 se trece direct la întrebarea 17).

14) L(e)-ați citit? 1. Da 2. Nu

15. Ați fost de acord cu felul cum erau puse problemele? 1. Da 2. Cu unele rezerve. 3. Nu

16) Credeți că acest(e) material(e) a(u) avut vreo contribuție la îmbunătățirea activității în unitatea în care lucrați?
1. Da
2. Nu
3. Nu știu

17) Ați putea indica titlul unui material din ziarul „Informația Bucureștiului"?

Foarte adesea interesează numai opiniile unei anumite categorii din populația cuprinsă în anchetă: de exemplu, în cadrul unei anchete despre noile emisiuni TV opi-

niile acelora care posedă de mai mult timp televizor la domiciliu. În acest sens, întrebarea:

1. De cînd aveți televizor?
   1) Mai puțin de 1 an
   2) De 1–2 ani
   3) De peste 2 ani

este filtru pentru întrebarea nr. 3.

3. În ultimul timp Televiziunea a introdus în programele sale unele emisiuni noi. Iată titlul cîtorva dintre ele, despre care vă rugăm să ne spuneți cum le apreciați.

Uneori însă interesează opiniile pro și contra ale tuturor celor anchetați. Construim atunci întrebări bifurcate.

4. **Întrebările bifurcate** separă sensurile pro și contra din răspunsurile subiecților, dar spre deosebire de întrebările filtru, nu opresc subiectul de a urma succesiunea întrebărilor și nici nu califică răspunsurile date. Exemplu:

12) În mod obișnuit, dv. aplicați copilului dv. pedepse corporale?
   1. Da
   2. Nu
   (Dacă răspunsul este „Da", urmează întrebarea 13, dacă răspunsul este „Nu", urmează întrebarea 14).
13) De ce obișnuiți să aplicați copilului dv. pedepse corporale?
14) De ce refuzați să aplicați copilului dv. pedepse corporale?

În cadrul anchetei privind metodele de educare utilizate în familie, interesa în egală măsură motivarea folosirii pedepselor corporale ca mijloc educativ, dar și considerentele pentru care este respinsă o astfel de metodă. Construirea unor întrebări bifurcate este foarte utilă cînd între sensurile pro și contra ale unor opinii se intercalează serii de întrebări ce ar îngreuia din partea subiectului sau a operatorului de anchetă urmărirea logicii chestionarului.

5. **Întrebările „De ce"** au funcția de a provoca explicații în raport cu diferitele opinii exprimate. Deși nelipsite din chestionar, întrebările „de ce" sînt un bun exemplu

de întrebări imprecise. „De ce tragi sfoara?" „De capul ei". Sau: „Pentru că este imposibil să o împing". „D-aia". Răspunsurile sînt hazlii, dar ele au fost provocate de întrebarea „de ce?", la care însă se aștepta un răspuns de justificare a acțiunii. La întrebarea „de ce?" fiecare justifică decizia luată, opinia exprimată. Foarte adesea justificarea este dată de primul argument ce vine în minte, evantaiul acestor argumente fiind foarte larg. Valoarea informativă a întrebărilor „de ce?" pare a fi foarte scăzută. Credem chiar că valoarea unui chestionar este invers proporțională cu numărul întrebărilor „de ce?" existente în structura lui. Medicul nu te întreabă niciodată de ce te doare în dreptul rebordului costal drept sau în regiunea pectorală. Mai mult, el îți spune „de ce!". Este nefiresc, în această ordine de idei, să întrebăm subiecții „de ce" săvîrșesc abateri de la normele morale de conduită, „de ce" merg la biserică sau la cinematograf. În unele chestionare întîlnim folosirea abuzivă a întrebărilor „de ce". De exemplu:

— De ce face naveta?
— Cîștigă mai bine în altă parte 1
— Are vechime într-o întreprindere din altă localitatea și nu vrea să-și piardă avantajele acesteia 2
— Nu i-a plăcut munca agricolă 3
— Alte motive (se va nota) 4

Probabil că toate aceste motive și încă altele nu epuizează întrebarea „de ce", așa încît ea pare inutilă. Pe de altă parte, întrebarea „de ce" poate provoca răspunsuri greșite, răspunsuri ce nu conțin informația dorită. Întrebînd, în studiul pieții: „De ce folosiți pasta de dinți *Supercristal?*", răspunsurile pot să oscileze între a prezenta calitățile produsului și obișnuința de a folosi acest produs. Întrebarea corectă ar fi trebuit să fie formulată astfel:

— „Ce avantaje prezintă pasta de dinți *Supercristal?*" (În prealabil trebuia introdusă o întrebare filtru: „Folosiți pasta de dinți Supercristal?")

6. **Întrebările de control** nu aduc informații noi, ci verifică fidelitatea, constanța opiniei exprimate. Într-un chestionar elaborat de noi privind *Tineretul și viitorul,*

am introdus un număr relativ mare de întrebări de control.

15) Peste 50 de ani, rolul şcolii în formarea generală a oamenilor va fi:
1) mult mai mare 2) mai mare 3) ca şi astăzi 4) mai mic 5) mult mai mic
6) nu ştiu

În cazul în care opinia exprimată acorda şcolii în viitor un rol mult mai însemnat, ceea ce se întîmpla de regulă la pretestare, fidelitatea faţă de această opinie era probată de întrebarea de control nr. 16.

16) Credeţi că peste 50 de ani şcoala va juca un rol mult mai însemnat în formarea generală a oamenilor?
1) Da 2) Nu 3) Nu ştiu

Întrebările de control dau asigurări şi asupra faptului dacă subiecţii au înţeles exact sensul întrebărilor, dacă nu este alterată persistenţa atenţiei.

7. **Întrebările de identificare** servesc la analiza răspunsurilor din chestionar. Este bine ca aceste întrebări privind: sexul, vîrsta, nivelul de şcolarizare, situaţia profesională etc. să încheie chestionarul. Despre întrebările de identificare, ca întrebări factuale, am mai discutat. Nu facem acum decît o singură remarcă: datele de identificare pot fi obţinute fără a formula astfel de întrebări:

7. Eşti băiat sau fată?
— băiat 1
— fată. 2
8. Cîţi ani (împliniţi) ai?

Întrebările într-un chestionar nu sînt stimuli izolaţi, nu sînt elemente independente, ci se raportează unele la celelalte, se presupun reciproc sau se influenţează reciproc în funcţie de succesiunea lor, de poziţia lor.

Luarea în consideraţie a raporturilor dintre întrebări a permis stabilirea unor tehnici de construire a chestionarului.

A. *Tehnica pîlniei (funnelling)*, care presupune trecerea de la general la particular. Subiectul este pus în situaţia de a răspunde mai întîi la o întrebare care vizează generalul, urmînd să răspundă apoi la o alta cu totul particulară. Exemplu:

— Sînteţi de acord sau împotriva aplicării de către părinţi a pedepsei corporale la copii?

— Dv. aplicaţi pedepsele corporale copiilor dv.?

Tehnica pîlniei presupune mai întîi formularea unor întrebări libere şi, în final, a unor întrebări închise:

— Ce părere aveţi despre valoarea stimulentelor morale?
— Ce pondere au stimulentele morale în întreprinderea dv. ?
1) foarte mare 2) mare 3) redusă 4) foarte redusă
— Există, în întreprinderea dv., o gazetă de perete a fruntaşilor în producţie?
1) da 2) nu 3) nu ştiu

Prin această tehnică se pune în evidenţă raportul dintre comportamentul verbal şi comportamentul efectiv; se realizează totodată o trecere firească pentru o întrebare personală. Rămîne de constatat dacă printr-o astfel de tehnică subiectul nu încearcă să dea răspunsurilor o coerenţă logică, cea de-a doua întrebare fiind influenţată de prima.

B. *Tehnica pîlniei răsturnate (reversed funnelling)* urmăreşte drumul invers, de la particular către general. Subiectul este ajutat să dea răspuns la o întrebare care vizează generalul. Se recomandă această tehnică la chestionarea persoanelor cu un nivel de şcolarizare scăzut, pentru că este mai uşor să întrebi astfel de persoane, mai întîi într-o formă concretă:

— Care este părerea dv. despre activitatea clubului uzinei?

pentru ca imediat să se formuleze o întrebare mai generală:

— Sînteţi mulţumit de activitatea cultural-educativă din întreprindere?

De asemenea, la construirea oricărui chestionar, trebuie avut în vedere să se elimine influenţe nedorite pe care o întrebare le poate avea asupra celorlalte.

C. *Efectul „halo“ (Halo Efect)* defineşte contagiunea răspunsurilor, fie prin iradierea sentimentelor, fie prin organizarea logică a lor. L. Festinger, în *Teoria disonan-*

ței cognitive, arată că două elemente cognitive (opinii, credințe, reprezentări) care se neagă reciproc, antrenează din partea individului o activitate de reducere a disonanței. Tendința de eliminare a contradicțiilor în formularea răspunsurilor este cît se poate de evidentă: inversarea ordinei de prezentare a întrebărilor într-o anchetă (septembrie 1939) asupra neutralității S.U.A. în timpul celui de-al doilea război mondial a dus la următoarele rezultate:

A) 1. „Credeți că S.U.A. ar trebui să permită cetățenilor săi să intre în armata franceză și engleză?"

2. Credeți că S.U.A. ar trebui să permită cetățenilor săi să intre în armata germană?"

B) Aceleași întrebări însă în ordine inversă: întîi întrebarea nr. 2 și apoi întrebarea nr. 1.

Răspunsuri

Întrebarea nr. 1	Forma *A*		Forma *B*
	Da	45%	40%
	Nu	46%	54%
	Nu știu	9%	6%
Întrebarea nr. 2	Da	31%	22%
	Nu	61%	74%
	Nu știu	8%	4%

În forma *A,* stringența logică impunea să se acorde și cetățenilor americani de origine germană privilegiul acordat celor de origine franceză sau engleză. În această formă este estompată ostilitatea cetățenilor americani față de fascism, după cum în forma *B* este diminuată simpatia lor față de aliați.

Cînd contagiunea răspunsurilor (efectul *halo)* s-ar putea datora necesităților de coerență logică din partea subiectului, este indicat a fi combătută utilizîndu-se „fenomenul de orbire", asupra căruia a atras atenția D. Katz încă din 1940. Fenomenul de orbire se produce prin înmulțirea datelor nesemnificative pentru problema ce trebuie

rezolvată. De exemplu un avion și un tren pornesc unul spre celălalt din București și Cluj. Avionul are o viteză de patru ori mai mare decît trenul și zboară, păstrînd aceeași viteză pînă întîlnește trenul, apoi se întoarce la București, revine deasupra trenului, din nou la București ș.a.m.d. pînă ajunge trenul la București. Trenul a parcurs distanța Cluj—București în *X* ore. Ce distanță a parcurs avionul? Pentru rezolvarea problemei nu trebuie reținut decît un singur element: avionul are o viteză de patru ori mai mare decît trenul. Celelalte elemente sînt inutile, dacă se cunoaște distanța București—Cluj. Atenția este concentrată într-o altă direcție și este destul de greu să formulezi un răspuns corect, mai ales într-un interval de timp limitat.

Eventualele întrebări care ar putea constrînge răspunsurile celorlalte trebuie separate de numeroase elemente fără legătură cu ele sau să direcționeze gîndirea în alt sens, concomitent cu restrîngerea timpului de gîndire acordat pentru răspuns (întrebări „blitz").

Iradierea sentimentelor, determinînd contagiunea răspunsurilor, poate fi împiedicată prin plasarea acelor întrebări susceptibile de a provoca efectul *halo* la sfîrșitul chestionarului. În acest sens, întrebările vizînd practicile religioase, de exemplu, este bine să figureze printre ultimele întrebări din chestionar. De asemenea, se va acorda atenție selectării cuvintelor și formulării întrebărilor: cuvintele terminate în „ism" și cele terminate în „te" vor fi, pe cît este cu putință, evitate.

D. *Efectul de poziție (Plazierungseffekt)* reprezintă în macroplan ceea ce este „efectul halo" în microplan. Acest efect trebuie luat în considerație mai ales în cazul chestionarelor *omnibus:* succesiunea temelor poate influența răspunsurile. Nu fără temei se vorbește despre o „dramaturgie" a chestionarelor: de-a lungul oricărui chestionar poate fi pusă în evidență o curbă de tensiune. Locul pe această curbă de tensiune a diferitelor teme influențează intensitatea și direcția răspunsurilor. La începutul chestionarului, întrebările vor fi cît se poate de interesante pentru subiect, dar neimportante pentru cercetător. La sfîrșitul chestionarului, dimpotrivă, întrebările, interesante pentru cercetător, sînt total lipsite de atracție pentru subiect: vîrsta, sexul, sistemul socio-profesional

etc. (întrebări de identificare). Între extreme, la mijlocul chestionarului, vor fi plasate, păstrîndu-se echilibrul psihologic, atît întrebări interesante, cît și neinteresante pentru subiect.

Lungimea chestionarului constituie o problemă atît de metodologie, cît și de tehnică a cercetării. Este necesar, într-o cercetare, să fie reținuți toți indicatorii? Cît mai mulți? Cît mai puțin? Considerente de ordin material și de timp ne fac să credem că alegerea pentru cercetare doar a indicatorilor principali — a unora dintre aceștia — reprezintă calea cea mai eficace pentru a descrie sau măsura fenomenele sociale. Această alegere nu înseamnă nicidecum contabilitate, inventariere. Lungimea chestionarului exprimă capacitatea de a alege din universul indicatorilor posibili pe cei esențiali. Cu cît această capacitate este mai scăzută, cu atît chestionarul este mai lung; cu cît este mai lung chestionarul, cu atît este mai ridicat costul total al investigației*. Dar lungimea chestionarului nu trebuie să fie măsurată numai în numărul de întrebări, nici numai în timpul necesar completării răspunsului la aceste întrebări. Un chestionar interesant pentru subiect este mult mai scurt decît cel mai scurt chestionar neinteresant. Alfred C. Kinsey, cercetînd comportamentul sexual la bărbat și la femeie, utilizează un chestionar cu 300—500 de *item*-uri (dacă întrebarea este simplă, ea însăși constituie un *item*). În mod obișnuit, 25—50 de întrebări (sau de *item*-uri) nu obosesc nici pe anchetator, nici pe cel anchetat. Numărul nu este limitativ. Forma întrebărilor (închise, deschise), locul și timpul de desfășurare a anchetei dau un spațiu de joc larg dimensiunilor chestionarului. De asemenea, modalitatea de aplicare. Chestionarele auto-administrate vor fi mai scurte decît cele administrate prin operatori de anchetă; cele poștale mai scurte decît cele aplicate prin tehnica extemporalului.

Multă vreme se considera că un chestionar nu trebuie să necesite mai mult de 30 de minute pentru a fi completat. Astăzi limita este împinsă pînă la 1—1h 30', dar niciodată nu trebuie să se abuzeze nici de timpul și nici

* Introducerea în chestionarul recensămîntului din 1943 din S.U.A. a unui *item* suplimentar — așa cum a demonstrat *Henry G. Weaver* — a ridicat costul total al cercetării cu aproximativ un milion de dolari.

de amabilitatea celor anchetați. În plus, s-a constatat că numai prin eforturi susținute oamenii își pot menține atenția într-o anumită direcție mai mult de 40 de minute. Sistemul școlar, cît și cel universitar prevede pauze în activitatea intelectuală la fiecare 40—50 de minute. Toate acestea pledează pentru limitarea chestionarului, ca timp, la circa 3/4 dintr-o oră. Tehnica extemporalului chiar impune ca acest timp să nu fie depășit. Ca regulă generală, se poate spune că durata, lungimea chestionarului nu trebuie să depășească capacitatea de concentrare a atenției celui care răspunde (A. B. Blankenship).

Punerea în pagină este departe de a constitui un element exterior chestionarului. Werner Hennig precizează condițiile pe care, din punct de vedere tipografic, trebuie să le îndeplinească orice chestionar[41]:

— să fie imprimat estetic;

— tipografic să fie clar delimitat (casetele pentru coduri ordonate în aceeași parte a chestionarului unele sub altele, trimiterile — „dacă da, atunci mai departe la întrebarea *X*“ — tipărite cu alt tip de literă etc.);

— răspunsurile prestabilite să fie plasate pe o singură latură a chestionarului;

— să fie astfel imprimat încît să permită prelucrarea lui ulterioară.

Felul în care se prezintă stimulii (întrebările) reprezintă el însuși un stimul: alegerea literei tipografice (corp, floare etc.), calitatea hîrtiei, așezarea în pagină ș.a.m.d. nu sînt indiferente pentru cercetător. Chestionarele poștale și în general cele autoadministrate se impun a fi tipărite pe hîrtie de calitate superioară, cu corp de literă 8 sau 10. Chiar și chestionarele administrate de către operatorii de anchetă trebuie să fie atent puse în pagină, deși subiectul nu intră în contact direct cu ele. O privire sumară asupra chestionarului permite celui care răspunde să-și facă o imagine despre: seriozitatea cercetării, prestigiul institutului care lansează ancheta. Înșirarea

[41] WERNER HENNIG, *Einige Fragen des Aufbaus von Interviewfragebogen und der Interviewerausbildung*, în *Methoden der marxistisch-leninistischen Sozialforschung*, Herausgegeben von Walter Friedrich, Berlin, Deutscher Verlag der Wissenschaften, 1971, p. 80.

8—101

monotonă a întrebărilor poate fi evitată printr-o mai judicioasă punere în pagină.

La întrebările deschise, se recomandă utilizarea liniilor pline, nu a punctelor, pentru a ghida scrierea. Exemplu: indicați titlul ultimelor trei cărți pe care le-ați citit în cursul acestui an:

1. _____	1. . . . .
2. _____	2. . . . .
3. _____	3. . . . .
Recomandabil	Nerecomandabil

Imprimarea chestionarelor pe ambele fețe ale paginii, în afara economiei de hîrtie realizate, scutește pe anchetator de manipularea mai multor mii de pagini și are efecte pozitive asupra subiecților cuprinși în anchetă, dar îngreuiază operația de prelucrare ulterioară a datelor. Ordonarea întrebărilor trebuie să permită o rapidă identificare a temelor din chestionar: fie că se schimbă litera (aldinele în locul cursivelor ș.a.m.d.), fie că sînt introduse elemente de semnalizare (încadrarea în chenar, subliniera etc.).

Punerea în pagină trebuie să răspundă în același timp unor necesități artistice, dar și funcționale. În acest scop pot fi utilizate o serie de *pictograme*, care facilitează înțelegerea și subliniază elementele esențiale (vezi fig. 20).

Fig. 20.

Codificarea și înregistrarea răspunsurilor trebuie facilitată: codurile vor fi trecute (pe cît posibil) chiar lîngă întrebare sau răspuns. Succesiunea lor să fie cît mai firească, fără reveniri sau discontinuități. Pare interesantă punerea în pagină care oferă posibilitatea păstrării în arhivă: codurile sînt trecute sub formă de bandă, într-o coloană separată. Banda continuă, laterală (numărul corespunzător fiecărei întrebări și cifra de cod a răspunsurilor) poate fi detașată și arhivată în vederea analizelor secundare. În locul „munților de chestionare" pot fi păs-

trate — în absența dubletelor de la cartelele perforate — aceste „streifuri" care conțin în fond toată informația chestionarului.

Încadrarea chestionarului într-un chenar îi dă o formă, lasă impresia de ordonare, de lucru finit, ceea ce poate influența pozitiv comportamentul celui anchetat.

Nu pledăm pentru încărcarea cu elemente grafice sau artificializarea chestionarelor, dar utilizarea culorilor (fie a hîrtiei sau a tiparului), schimbarea tradiționalei hîrtii cu imprimate din carton în relief sau chiar cu material plastic, film, diapozitive pare a fi în spiritul progresului tehnic.

5.
Formularea întrebărilor

Tehnica chestionarului nu începe cu formularea întrebărilor. Tema anchetei (obiectul investigației), clar definită teoretic, trebuie mai întîi tradusă într-o definiție operațională, urmînd apoi stabilirea setului de indicatori. Acești indicatori sînt formulați ca întrebări în chestionar. Desigur, nu toate întrebările sînt indicatori: întrebările introductive, ca și cele de trecere nu pot avea această semnificație.

Unele teme de cercetare nu impun operaționalizarea conceptelor și nici nu ridică probleme de formulare a întrebărilor. Dacă vrem să vedem cît de mare este numărul locuitorilor orașului București care folosesc tramvaiul pentru a se deplasa la locul de muncă nu trebuie să facem altceva decît, pe un eșantion reprezentativ, să întrebăm persoanele selecționate: „Faceți parte din categoria bucureștenilor care utilizează tramvaiul pentru deplasarea la locul de muncă? Da. Nu". Dacă vrem însă să determinăm proporția bucureștenilor care utilizează mijloacele de transport urban în comun nu este suficient să întrebăm: „Faceți parte din categoria bucureștenilor care utilizează mijloacele de transport în comun?". Trebuie mai întîi să traducem termenul de „mijloc de transport în comun", care, deși larg răspîndit, este totuși abstract.

Cineva s-ar putea gîndi și la vaporașele ce traversează vara Lacul Herăstrău spre Casa Scînteii, altcineva chiar și la taxiuri care sînt folosite în comun (succesiv) de mai

mulți oameni. Vom întreba concret dacă folosește: tramvaiul, autobuzul sau troleibuzul, dar nu vom putea afirma că este necesară și o formulare specială a întrebărilor.

Încercînd mai departe să stabilim motivele pentru care pe traseele comune, din mijloacele de transport în comun, unii bucureșteni preferă tramvaiul, alții troleibuzul și, în fine, o altă parte autobuzele, nu vom apela pur și simplu la întrebarea „De ce?". Pentru a surprinde motivele vom „traduce" tema, obiectul investigației, în indicatori — în semne concrete — pe care îi vom include în întrebări, avînd însă deosebită grijă pentru *formularea întrebărilor.*

Într-o anchetă din 1957 a *Institutului demoscopic Allensbach* (R.F.G.) pentru a afla, de ce în sudul Germaniei Federale s-au vîndut mai puține televizoare decît în restul țării, în locul banalei întrebări:

—„De ce nu ați cumpărat pînă acum un televizor?" au fost formulate într-un chestionar circa 70 de întrebări concrete. Referitor la fiecare întrebare, așa cum notează Elisabeth Noelle trebuie precizat dacă:

1)	Sînt greutăți de înțelegere a limbajului?	Da/Nu
2)	Întrebarea este prea abstractă?	Da/Nu
3)	Depășește elocvența celui anchetat?	Da/Nu
4)	Necesită capacitatea de observație prea bogată pentru a răspunde?	Da/Nu
5)	Suprasolicită gîndirea?	Da/Nu
6)	Este obositoare?	Da/nu
7)	Este plicticoasă?	Da/Nu
8)	Generează teamă?	Da/Nu
9)	Generează reacție de prestigiu?	Da/Nu
10)	Tema este prea intimă?	Da/Nu
11)	Generează conflicte cu idealul propriu?	Da/Nu

Mai amănunțit Stanly L. Payne, în *The Art of Asking Questions* (1951), găsește *100* de imperative pentru formularea întrebărilor. De reținut este faptul că:

— răspunsul trebuie analizat totdeauna prin prisma întrebării;

— formulări diferite dau răspunsuri diferite.

Experimental, s-au pus de mai multe ori aceste întrebări, care sînt în fond formulări deosebite ale aceleiași probleme:

A) „Ce doză sau cîte sticle de bere se consumă în familia dv., săptămînal, iarna acasă?"

B) „Ce doză sau cîte sticle de bere ați consumat dv. și familia dv. în ultima săptămînă acasă?"

Experimentul desfășurat iarna a indicat o diferență de apreciere de 6,8 procente:

forma *A* — 21,3% mai puțin de o sticlă pe săptămînă;
forma *B* — 28,1% mai puțin de o sticlă pe săptămînă.

H. Cantril, în *Gauging Public Opinion*, comunică experiențele sale cu privire la formularea întrebărilor și la variația concomitentă a răspunsurilor. Modificări, aparent minore, în formularea întrebărilor influențează puternic răspunsurile. Exemplu[42]:

A) „Credeți că situația economică generală a Berlinului de Vest, în 1959 va rămîne aceeași, va fi mai bună sau mai rea?"

B) „Credeți că, în 1959 față de 1958, situația economică generală a Berlinului de Vest va rămîne neschimbată, se va îmbunătăți, se va înrăutăți?

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Neschimbată	45%	27%
Mai bună	18%	48%
Mai rea	17%	9%
Nedecis	20%	16%
Total	100% (585)	100% (593)

Utilizînd întrebările închise (precodificate) trebuie să ne decidem asupra folosirii fie a „întrebărilor alternative", fie a „întrebărilor selective". Albert B. Blankenship consideră că în tehnica chestionarului cele mai frecvente greșeli sînt cele de formulare a întrebărilor.

[42] FRITZ-REINHARD STROSCHEIN, *Die Befragungstaktik in der Marktforschung*, Wiesbaden, Betribswirtschaftlicher Verlag, dr. Th. Gabler, 1965, p. 73.

Formularea întrebărilor trebuie să fie clară, simplă, fără înfloriturl stilistice, gramatical corectă, respectînd topica frazei sau a propoziției. În formularea întrebărilor, se vor evita negațiile: „o formulare este mai bine înțeleasă dacă ea este pozitivă"[43]. *Exemplu:*

— „Nu sînteți de acord cu . . .?"
sau
— „Nu considerați că . . .?"

Formularea corectă este cea afirmativă:

— Sînteți de acord cu . . .?
— Considerați că . . .?

Întrebuințarea negațiilor în formularea întrebărilor îngreuiază codificarea răspunsurilor. Dacă cineva răspunde „Nu" la întrebarea: „Nu este adevărat că oamenii își schimbă părerile o dată cu vîrsta?" acest răspuns poate fi interpretat ca dezacord al subiectului cu enunțul făcut, dar și ca acord al lui, pentru că o dublă negație dă o afirmație. Nici dublele negații nu sînt permise în formularea întrebărilor:

— „Nu considerați că nu s-a făcut suficientă muncă de lămurire pentru colecționarea fierului vechi?"

O astfel de întrebare este greșit formulată: include o dublă negație, fiind în același timp sugestivă.

Sugestibilitatea unei întrebări poate fi foarte evidentă: „Nu-i așa că dv. . . .?", dar și foarte ascunsă: „Cravata actorului principal din filmul *X* era cu dungi sau în carouri?" (O astfel de întrebare sugerează faptul că actorul respectiv purta cravată). Totdeauna este necesară cunoașterea efectelor psihologice ale întrebărilor, după cum se cer a fi luați în considerație și factorii psihosociali care influențează conduita indivizilor. Teama de schimbare poate fi estompată sau exacerbată prin formularea întrebărilor. De exemplu: în septembrie 1939, în S.U.A., aceeași problemă a fost formulată diferit:

[43] ALBERT B. BLANKENSHIP, *Markt-und Meinungs-forschung in den S.U.A.*, Tübingen, Demokrat Verlag, 1961, p. 73.

A) „Credeți că Congresul ar trebui să modifice legea neutralității pentru ca Franța și Anglia să poată achiziționa din S.U.A. material de război?"

B) „Credeți că Franța și Anglia ar trebui să capete permisiunea de a achiziționa din S.U.A. material de război?"

Răspunsuri	Forma *A*	Forma *B*
Da	53%	61%
Nu	33%	31%
Fără răspuns	14%	8%

Tendința de fațadă, de a răspunde în conformitate cu ceea ce se consideră a fi socialmente dezirabil, este generată de subordonarea individului față de normele colectivității. Această tendință se traduce, fie prin minimalizarea opiniilor proprii, fie prin simularea defensivă sau prin refugiul în stereotipurile socio-culturale. Reacția de prestigiu — ca factor psihosocial — poate fi anulată prin formularea activă a întrebărilor. Pentru a învinge reacția de prestigiu este mai adecvată întrebarea:

— „Cît trebuie să plătiți rată lunară?"
decît întrebarea:
— „Ați cumpărat în ultimul an ceva în rate?"

Pentru a afla nivelul retribuției subiecților cuprinși în anchetă, este preferabil, în locul întrebării:

— „Ce retribuție brută aveți?"
să evităm reacția de prestigiu printr-o astfel de formulare:

— „Retribuția dv. este:
— pînă la 1400 lei lunar
— între 1401—1600 lei lunar
— între 1601—1800 lei lunar
ș.a.m.d.

Tendința de fațadă, reacția de prestigiu, poate fi măsurată prin introducerea în chestionar a unor scale: scala *K* din inventarul multifazic de personalitate Minne-

sota *(M.M.P.I.)*, scala de sinceritate din testul *P.N.P.* (Psihopatie, Nevroză, Paranoia) al lui P. Pichot ș.a.m.d.

Julian L. Simon sugerează posibilitatea utilizării tehnicii *placebo* pentru înlăturarea confuziei, dar și pentru învingerea reacției de fațadă. Pentru a afla procentul persoanelor care au citit o anume revistă, arătați mai întîi o revistă falsă *(placebo)* și întrebați dacă au citit-o. Scăzînd numărul acestora din totalul celor care declară că au citit revista care te interesează, poți estima mai exact procentajul cititorilor respectivei reviste. Exemplu:

Declară că au citit revista „X" 52% din persoanele anchetate;

Declară că au citit revista falsă *(placebo)* 10% din persoanele interogate.

Este deci probabil ca 42% din cei anchetați să fi citit revista „X".

Alți factori subiacenți ai atitudinilor sociale — autoritarismul, dogmatismul, conservatorismul — pot fi depistați prin introducerea în chestionarele obișnuite a scalelor lui Adorno, Rokeach și, respectiv, G. D. Wilson și John R. Patterson (1968).

Amorul propriu al persoanelor interogate trebuie menajat prin întrebuințarea optativului:

— „Ați dori să citiți romanul *Pentru cine bat clopotele?*". Cei care au citit romanul lui Hemingwai vor declara spontan:

— „L-am citit deja". Necitirea romanului nu lenează personalitatea celui anchetat ca în cazul unei întrebări directe:

— „Ați citit romanul *Pentru cine bat clopotele?*".

Dacă o atitudine este social neacceptată, trebuie făcută chiar aluzia că există totuși persoane care manifestă această atitudine. De exemplu, pentru a depăși distanța față de idealul social, vizînd tentația sinuciderii, vom formula o astfel de întrebare:

— „Mulți oameni s-au gîndit uneori la sinucidere; dv. v-ați gîndit vreodată să vă sinucideți?". Tot pentru menajarea amorului propriu, este indicat a se utiliza eufemismele: a lua — în loc de a fura, a aplica pedepse corporale — în loc de a bate etc. Pe cît posibil subiectului nu i se va da senzația că a greșit și va fi scutit să declare că nu știe, nu poate etc. Această situație este realizabilă

prin formularea unor întrebări concrete, cu precizarea timpului și a locului. Ajutăm subiectul să răspundă exact dacă vom cere:

— „Indicați titlul filmelor pe care le-ați vizionat la cinematograf în cursul acestei luni" în loc să întrebăm: „De obicei, cîte filme vizionați pe lună?"

Este greșit a întreba în general. Nu vom întreba — de exemplu — profesorii: „— Ce spuneți dv. de obicei cînd întîrzie un elev?", ci: „— Ce ați spus dv. ultima dată cînd a întîrziat un elev?".

Unele întrebări, aparent foarte simple, impun un îndelungat timp de gîndire și fac imposibil un răspuns corect:

— „Cîte lame de ras folosiți anual?". Prea puține sînt persoanele care și-au propus o evidență, astfel încît să poată da un răspuns exact și rapid. Niciodată nu trebuie supraestimată memoria celor anchetați. R. Farber a realizat o experiență pe 237 de familii, chestionînd fiecare membru al familiei cu privire la achizițiile de bunuri de lungă durată făcute de familie în ultimele șase luni. Omisiunile, variind între 10% și 50%, erau diferite după natura celor cumpărate, sexul și poziția în familie a celui intervievat. R. Farber a stabilit că 80% din omisiuni se datorau slăbiciunilor memoriei.

Pentru a corecta slăbiciunile memoriei, pot fi utilizate diferite mijloace mecanice: astfel, se cere celor investigați să acționeze clapa unui contor pe care îl poartă în buzunar ori de cîte ori, mergînd prin oraș, întîlnesc persoane cunoscute. Este destul de greu să-ți amintești cu exactitate cîte pagini de revistă ai răsfoit într-o oră. Dacă însă între paginile revistei sînt puse mici puncte de clei și după o oră sînt numărate cîte „sigilii" au fost rupte, greșelile de memorie vor fi evitate. La fel, pentru a afla cît de mult este urmărit programul *Tv.*, fără a face apel la memoria posesorilor de aparate *Tv.*, cercetătorii pot folosi audiometrul *Nilson* care înregistrează automat timpul cît funcționează televizorul. Dar și acest procedeu are unele limite: nu poate înregistra audiența individuală, ci colectivă, nu dă informații cu privire la funcționarea „în gol" a televizorului.

Apelul la evenimente care s-au petrecut cu mult timp înaintea momentului de efectuare a anchetei pune subiectul în dificultatea de a răspunde exact. Pe un lot de 563 de persoane s-a cercetat influența factorilor memoriei îndepărtate, comparativ cu cei ai memoriei apropiate:

A) „Ați băut în ultimele 14 zile Coca-Cola?"

„Dacă *da*, cîte sticle ați băut în ultimele 14 zile?"

B) „Ați băut ieri Coca-Cola?"

„Dacă *da*, cîte sticle, cînd, unde?" (întrebarea s-a repetat timp de trei zile).

În prima formă, răspunsurile au indicat un consum mediu zilnic de 1,0 sticle/om, în timp ce apelul la memoria apropiată (forma B) a permis o estimare mai exactă a consumului de Coca-Cola: 1,3 sticle/om zilnic.

Gradul de abstractizare al întrebărilor trebuie să corespundă nivelului de școlarizare al celor cuprinși în anchetă. Cînd se încearcă stabilirea unor comparații între grupurile sociale cu niveluri deosebite de instrucție școlară, chestionarul trebuie să fie adecvat populației cu cel mai scăzut nivel de școlarizare. În cercetările comparative internaționale, de asemenea, grija pentru ajustarea chestionarului în raport cu gradul de cultură al populației se impune de la sine. Pe cît posibil, vor fi întrebuințate întrebările intuitive, renunțîndu-se la formulările abstracte, folosindu-se cuvinte uzuale. În unele țări există liste de cuvinte ce revin mai frecvent în vorbirea curentă. Astfel „Comptage de Lorge" cuprinde cele mai des întîlnite cuvinte din ziare și reviste, selecționate dintr-un total de 4 500 000 de cuvinte, iar „Liste Dale" oferă 3 000 de cuvinte cunoscute de 4/5 din elevii școlilor primare.

Chiar cele mai banale întrebări pot oferi multe surprize: o anchetă efectuată în Franța în noiembrie 1956 a surprins prin faptul că 15% din cei anchetați nu au putut să spună nimic despre Organizația Națiunilor Unite; altă anchetă, desfășurată tot în Franța, în iulie al aceluiași an, a arătat că 27% din populația intervievată nu cunoștea numele nici unui membru al guvernului francez; în fine, 59% din persoanele chestionate, într-un sondaj din S.U.A. în 1955, nu cunoșteau semnificația noțiunii de „coexistență pașnică". În 1961, studiind opinia cu privire la valoarea mărcii vest-germane, Günter Schmölders[44], folosește o întrebare abstractă:

A) „Ce credeți dv.: în următorii ani, valoarea mărcii germane va rămîne la fel, va scădea sau va crește?" și în același timp, o întrebare concretă, referitoare la aceeași problemă:

B) „Ce credeți dv. despre evoluția prețurilor în următoarele 12 luni: credeți că prețurile se vor ridica, vor rămîne la fel sau vor scădea?".

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*	*Răspunsuri*
Scădere	40%	70%	Creștere
La fel	38%	24%	La fel
Creștere	7%	4%	Scădere
Fără răspuns	15%	2%	Fără răspuns
Total	100%	100%	Total

Chiar dacă unele diferențe de răspuns sînt date de schimbarea ordinii de prezentare a alternativelor de răspuns sau de perioada la care se referă întrebarea, este logic să presupunem că numărul mare de non-răspunsuri, la forma *A*, se datorează efortului mare de abstractizare cerut de întrebare.

Într-o anchetă cu privire la convingerile ateiste ale elevilor și studenților, desfășurată în județul Bacău (1967) sub conducerea prof. Paul Popescu-Neveanu, la întrebarea: „Este posibilă morala fără religie?", am înregistrat următoarele răspunsuri:

	Da	*Nu*	*Indecișî*	*Nonrăspuns*	*Total*
Studenți	115	12	26	—	153
Elevi liceu	286	42	78	—	406
Elevi șc. generală	50	11	20	10	91
Total	451	65	124	10	650

[44] GÜNTER SCHMÖLDERS, *Wie denkt der Sparer über den Geldwert?*, în „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen", nr. 17, 1961, p. 284.

Din distribuția răspunsurilor la această întrebare foarte abstractă, se constată că, pe măsură ce nivelul de școlaritate scade, proporția celor indecișI crește, iar nonrăspunsurile sînt date de categoria de subiecți cu cel mai scăzut nivel de școlaritate.

Într-o altă anchetă, printre muncitori, am pus întrebarea: „Credeți că numărul funcționarilor, în întreprinderea dv. este, în raport cu necesarul: mult mai mare (1); mai mare (2); atît cît este necesar (3); mai mic (4); mult mai mic (5); nu știu (6)". În funcție de nivelul de instrucție al muncitorilor, răspunsurile s-au grupat astfel:

	Mult mai mare 1	*Mai mare 2*	*Cît e necesar 3*	*Mai mic 4*	*Mult mai mic 5*	*Nu știu 6*	*Total*
Pînă la 4 clase	6	17	22	1	—	24	70
5—8 clase	31	82	152	4	1	62	332
Liceul	8	13	16	3	—	3	43
Total	45	112	190	8	1	89	445

Aplicînd testul de semnificație *chi-pătrat*, rezultă că există o corelație statistică puternic semnificativă (χ^2==25,572). Din analiza contribuției pe care fiecare categorie o aduce la valoarea generală a lui chi-pătrat, se constată că subiecții care au absolvit doar 4 clase intervin cu ponderea cea mai mare (7,142), abătîndu-se cel mai semnificativ de la o repartiție proporțională a răspunsurilor. Proporțional cu ponderea lor în eșantion, ei dau cel mai mare număr de nonrăspunsuri. Nonrăspunsurile, interpretate prin prisma instrumentului de cercetare, conduc la concluzia că — așa cum remarca Iris Leverkus-Brüning[45] — sublinierea caracterului anonim al chestionarului reduce numărul nonrăspunsurilor:

— formulările agresive scad numărul răspunsurilor nedecise;

[45] IRIS LEVERKUS-BRÜNING, *Die Meinungslosen. Die Bedeutung der Restkategorie in der empirischen Sozialforschung*, Berlin, Duncker & Humblot, 1966.

— formulările dinamice, pline de viață, dau mai puține „nonrăspunsuri" decît formulările rezervate.

Asigurarea anonimatului răspunsurilor prin utilizarea unor „urne" și a „votării" cu bile albe și negre pentru „DA" și „NU", fără supravegherea investigatorului, a redus numărul nonrăspunsurilor într-o anchetă privind frecvența avorturilor în S.U.A. pînă la 2,7% (eșantionul de 3 000 de femei între 18 și 40 de ani era reprezentativ pentru Carolina de Sud).

Ca formă de rest (cei ce refuză, cei ce nu sînt informați, cei fără opinie), nonrăspunsurile pot fi interpretate și ca fenomene de disonanță sau ca „vacuum social". Donald Rugg[46], în 1941, s-a ocupat primul în mod special de nonrăspunsuri. Înaintea lui, Gordon W. Allport, Elmo Roper, Paul F. Lazarsfeld atacaseră doar tangent această problemă. Contribuția ulterioară a lui Leon Festinger, Jack K. Brehm, Morris R. Cohen ș.a. a permis sintetizarea cunoștințelor:

— cea mai mare parte de „nu știu" se recoltează de la persoanele neinformate;
— cu cît este mai îndepărtată tema de interesele celui întrebat, cu atît se vor recruta mai multe nonrăspunsuri;
— frecvența nonrăspunsurilor scade odată cu creșterea intensității atitudinilor;
— subiecții din păturile de jos dau un număr crescut de nonrăspunsuri;
— subiecții de sex feminin se caracterizează printr-un număr mare al nonrăspunsurilor.

Este foarte probabil ca răspunsurile „nu știu" să semnifice o neutralitate a opiniilor (P. Lazarsfeld). Nonrăspunsul la o întrebare poate califica răspunsul la o alta, cu care este în corespondență. Într-o cercetare mai veche (1947), Hans Zeisel întreabă:

— „Cîte ore ați ascultat radioul în ultima săptămînă?". Răspund: nu știu — 30%. În continuare, la întrebarea:
— „A fost o oră, mai puțin sau mai mult, sau au fost 5 ore, mai puțin sau mai mult?".

[46] DONALD RUGG, *A Study of the No Opinion Vote in Public Opinion Polls*, Princeton University, 1941.

Din cei 30% care răspunseseră „*nu știu*", 80% răspund la această a doua întrebare, că au ascultat radioul mai mult de 5 ore, ceea ce, după constatările autorului, reprezintă un răspuns eronat.

Iris Leverkus-Brüning, în lucrarea citată, exemplifică faptul că numărul nonrăspunsurilor este cu atît mai mic cu cît tema pusă în discuție are o mai mare importanță pentru cei anchetați.

La întrebarea:

— „Credeți că o femeie trebuie să se căsătorească pentru ca realmente să trăiască fericită sau considerați că aceasta nu este important?"

Răspunsuri	*Fără opinie*
Bărbați	17%
Femei	9%

Un alt exemplu:

Tema	*Fără opinie*	
	Bărbați	*Femei*
A. (Personală)	4,7%	5,7%
B. (Profesională)	2,5%	4,3%
C. (Comunitate)	8,1%	8,5%
D. (Politică de stat)	18,8%	43,0%

Peter R. Hofstätter a introdus în studiul opiniei publice conceptul de „orizont"[47] al unei persoane sau al unui grup, formulînd teza potrivit căreia: „orizontul unui om poate fi determinat după numărul de întrebări care sînt pentru el actuale", la care deci răspunde afirmativ sau negativ.

[47] P. R. HOFSTÄTTER, *Einführung in die Sozialpsychologie*, Stuttgart, A. Kröner Verlag, 1966, p. 144.

Pentru ca o întrebare să aibă un grad sporit de actualitate trebuie să îndeplinească două condiții:

1) $(p_+) \times (p_-)$ să fie *maxim*, adică să se apropie de valoarea, $\left(\frac{100-p_0}{2}\right)^2$

p_+ = procentul răspunsurilor pozitive
p_- = procentul răspunsurilor negative

2) p_0 să fie *minim*

p_0 = procentul celor fără opinie la o întrebare trihotomică

Formula de calcul a gradului de actualitate pentru fiecare întrebare este:

$$A = \frac{\sqrt{(p_+) \times (p_-)}}{p_0}.$$

Ea poate fi utilizată și pentru caracterizarea actualității întregului chestionar.

De exemplu: „Cum considerați fumatul pentru sănătate?"

	vătămător p_+	*nu știu* p_0	*nevătămător* p_-	M	A
Fumători	52	3	45	6,8	16,1
Nefumători	66	10	24	37,8	4,6

Deși opinia majoritară (M^*) este în consens atît la fumători, cît și la nefumători, actualitatea (A) întrebării este de patru ori mai accentuată la fumători decît la nefumători.

P. R. Hofstätter remarcă faptul că actualitatea unei întrebări (sau a unui chestionar) nu este direct proporțională cu importanța socială a problemelor puse în discuție. Într-o cercetare efectuată la *Massachusetts Institute of Technology* (Cambridge, 1951) a fost pusă în evi-

* *Opinia majoritară se calculează după formula:*

$$M = \frac{(p_+ - p_-) \times (100 - p_0)}{100}.$$

dență actualitatea unor întrebări vizînd aspectele cotidiene: programul cursurilor universitare, controlul lor, prețurile manualelor și lipsa de actualitate a unor întrebări vizînd problemele sociale grave: situația economică, standardul moral, pacea și războiul.

Actualitatea chestionarului poate fi mărită printr-o formulare atractivă a întrebărilor. Întrebările directe pot fi înlocuite prin întrebări indirecte, citate, mici dialoguri, povestiri, desene, fotografii. Valoarea informativă a întrebărilor indirecte este aceeași cu a întrebărilor directe. S-au obținut aceleași rezultate printr-o întrebare indirectă, ca și printr-o întrebare directă. Cercetarea, desfășurată între 14 și 27 iunie 1958, cu concursul studenților în sociologie s-a realizat pe un eșantion reprezentativ pentru Berlinul de Vest prin aplicarea unui chestionar de 46 de întrebări, fiecărui student revenindu-i sarcina de a face cîte 10 interviuri, la locuința celui intervievat, fără prezența unei a treia persoane. Rezultatele:

A) „De cîtva timp se vînd bluze care după spălare nu se calcă pentru că își revin de la sine. Aveți intenția să cumpărați o astfel de bluză?"

B) „De cîtva timp se vînd bluze, care după spălare nu se calcă pentru că își revin de la sine. Aveți o astfel de bluză?"

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Am (deja)	36%	36%
Nu am (nu am intenția să cumpăr)	64%	64%
Total	100% (388)	100% (396)

În forma *A*, întrebarea indirectă aduce aceeași informație, dar este preferabilă pentru evitarea reacției de prestigiu și pentru consolidarea tendinței de a răspunde în continuare la chestionar.

Întrebările indirecte pot furniza uneori informații foarte prețioase. Astfel, folosind o întrebare directă: „În activitatea dvs. sînteți supus unor tensiuni psihice?" nu vom afla mare lucru. Dacă însă vom utiliza ipoteza etiologiei ulcerului prin factori psihosociali și vom formula un set de întrebări indirecte, valoarea informațiilor obținute va fi mult sporită. Așa procedează Arnold Tannenbaum în proiectul cercetării comparative internaționale, la care participă și țara noastră, cu tema *Ierarhia organizațională și satisfacția muncii*. Pentru a depista tensiunile psihice la care sînt supuși membrii organizației la diferitele niveluri ierarhice, în contextul unor întrebări privind satisfacția muncii, este plasat un set de întrebări indirecte (în raport cu ceea ce se urmărește):

50. În ultimele 30 de zile, ați avut dureri de stomac?
1. *Da*
2. *Nu.*

Dacă da

a) Aceste dureri survin înainte de masă, în timpul mesei, imediat după masă, cîteva ore după masă, sau cînd?

1. Înainte de masă
2. În timpul mesei
3. Imediat după masă
4. Două sau trei ore după masă
5. Fără legătură cu masa

b) Aceste dureri încetează cînd mîncați, beți lapte, luați bicarbonat de sodiu sau altceva?

1. Cînd mănînc
2. Cînd beau lapte
3. Cînd iau bicarbonat de sodiu sau alt medicament
4. Cînd iau altceva
5. Fără să iau ceva

c) Aceste dureri v-au trezit sau v-au ținut noaptea treaz?

1. *Da*
2. *Nu*

d) De cîte ori ați avut astfel de dureri în ultimele 30 de zile? (indicați nr. zilelor)

51. Ați suferit vreodată de ulcer?
1. *Da*
2. *Nu*

Intercalarea unor astfel de întrebări, așa cum am putut constata în urma aplicării chestionarului, a avut și un efect psihologic favorabil asupra celor intervievați: interesul acestora față de anchetă a sporit considerabil. Un

muncitor chiar declara: „În sfîrșit, aud și eu o întrebare despre ceea ce mă doare . . .".

Utilizarea citatelor reprezintă, de asemenea, o modalitate indirectă de formulare a întrebărilor. Există posibilitatea combinării într-un chestionar a întrebărilor prin citate cu întrebările directe, alternative sau selective, după cum se pot întocmi chestionare formate numai din citate. Prezentăm un astfel de chestionar, destinat conducătorilor de întreprinderi industriale adaptat după P. W. Van Vlack.

Chestionar de precepte etice

Filosoful	*Afirmația*	*De acord*	*Nesigur*	*În dezacord*
Platon	Acțiunea înțeleaptă este aceea îndreptată spre un ideal			
Aristotel	Acțiunile juste evită extremele nedorite			
Epicur	Acțiunea înțeleaptă evită necazurile și sporește mulțumirea			
Kant	Acțiunea justă este conformă unei reguli pe care ați dori-o lege universală			
Hume	Acțiunea justă este conformă cu bunul simț al omenirii			
Bentham	Acțiunea înțeleaptă duce la cea mai mare fericire posibilă pentru numărul cel mai mare de oameni			
Hegel	Acțiunea justă este în corespondență cu tendința istorică a dezvoltării națiunii			
Dewey	Acțiunea inteligentă reduce conflictele care se opun progresului social			

Introducerea unor scurte dialoguri în cadrul întrebărilor din chestionar dramatizează investigația, captînd

interesul celui anchetat. Pentru a constata opinia subiecților cu privire la importanța diferitelor mijloace de comunicații de masă, putem imagina următoarea formulare:

„*X* discută cu*Y; X* spune: cine ascultă radioul este mai bine informat asupra evenimentelor internaționale decît cel care citește zilnic ziarul. *Y* spune: Nu este așa! Cine are dreptate?". Astfel de întrebări „dialogate" sînt preferabile întrebărilor „monologate". Ele sînt și mai dramatice, incită și mai mult la răspuns dacă se realizează un montaj: fotografiile sau desenul schematizat a doi oameni care discută (vezi fig. 21).

Sanford și Rosenstock (1952), pentru depistarea personalității autoritare (*F* — scala), utilizează interviuri cu tablouri. Se prezintă celor anchetați un tablou în care, în fața unui grup, un om spune: „Pentru că eu sînt conducătorul grupului trebuie să faceți ceea ce spun eu!". Un membru al grupului îi răspunde, dar locul pentru răspuns este lăsat liber. Operatorul de anchetă arată tabloul celui intervievat, spunîndu-i: „Aici este un tablou. O persoană vorbește, alta răspunde. Care ar fi, după părerea dv., răspunsul?".

Această formă de chestionar, fără îndoială, așa cum apreciază Eleonor E. Maccoby și Nathan Maccoby, rupe monotonia interviului convențional.

Nu este așa
Cine ascultă zilnic radioul este mai bine informat asupra evenimentelor internaționale decît cel care citește zilnic ziarul

Fig. 21. Cine are dreptate?

Fig. 22.

Tot indirect, utilizîndu-se tehnica proiectării, pot fi construite mici povestiri, capabile să dezvăluie atitudinile celor anchetați. „Sîmbătă seara, mama și fiica discută aprins. Fiica vrea să plece la bal. Mama nu-i dă voie. Ce credeți că se va întîmpla în continuare?" Tehnica proiectivă poate fi foarte bine aplicată prin combinarea textului cu imaginile, ca în testul Rozenzweig (vezi fig. 22).

Desenul, în cadrul chestionarului poate juca rol de auxiliar pentru explicarea unor termeni (fig. 23) sau pur și simplu este inclus în chestionar pentru a da întrebărilor un caracter mai intuitiv (fig. 24).

Dacă utilizarea citatelor corespunde cel mai bine pentru o populație cu înalt grad de școlaritate, includerea în chestionar a unor desene cu rol de stimul declanșator al răspunsurilor sau numai cu rol auxiliar este recomandată în anchetele pe copii și pentru persoanele cu nivel de școlaritate scăzut.

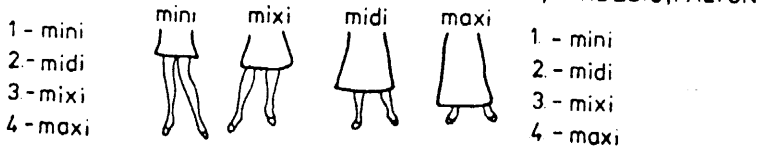


Fig. 23.

Nr. crt.	Activitatea	Duminică	Luni
1	Ascultat radio		
2	Activități pionierești		
3	Citit (în afara cărților de școală)		

Fig. 24.

Profesorul Claude Javeau de la Universitatea din Bruxelles recomandă încorporarea în chestionare a diverselor *teste psihologice:* inventare de personalitate, teste de randament, de creativitate, rezolvări de probleme, teste proiective etc., ca și includerea unor scale „tip *termometru*"[48].

Exemplu : Cu ajutorul scalei alăturate, vă rugăm să indicați satisfacția muncitorilor din întreprinderea dv. față de activitățile cultural-educative desfășurate în cursul lunii trecute. (+ 5 corespunde gradului maxim de satisfacție și −5 corespunde gradului maxim de insatisfacție).

+5
+4
+3
+2
+1
0
−1
−2
−3
−4
−5

În formularea întrebărilor, o atenție deosebită trebuie acordată alegerii cuvintelor. Se vor evita neologismele ca și arhaismele, termenii tehnici, ca și jargonul. Se vor folosi cele mai simple cuvinte, capabile însă să redea înțelesul exact al întrebării. În loc de atitudine, opinie, concepție, pot fi întrebuințate cuvinte mai simple ca: poziție, părere, credință. În locul utilizării unor termeni tehnici ca în întrebarea: — „Vă place la noua dv. saltea elastică construcția poliedrală, țesătura dublă și cercurile

[48] CLAUDE JAVEAU, *L'enquête par questionnaire*, ed. II. Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles, 1971, p. 81.

libere?" se poate formula totul mult mai simplu: „Ce calități prezintă noua dv. saltea elastică?".

Totdeauna în formularea întrebărilor se vor alege cuvintele cu cea mai largă circulație în cultura populației investigate. Se va avea în vedere că în mediul rural se întîlnește o vorbire și o gîndire mai concrete decît în mediul urban. O serie de cercetări de antropologie lingvistică în zona Argeș au pus în evidență faptul că numărul celor care nu pot explica înțelesul unui set de treisprezece cuvinte (obicei, iubire, oraș, lume, minte, limbă, gînd, luptă, obște, zodie, dor, zău, sport) este de 1,5 ori mai mare în mediul rural-agricol decît în mediul urban-industrial. Ancheta[49] la care ne referim a cuprins un număr de 125 de subiecți (60 din mediul urban și 65 din mediul rural).

Cuvîntul	*Capacitatea de explicitare*	
	mediul urban %	*mediul rural* %
1. Obicei	78,7	72,3
2. Minte	90,0	83,0
3. Iubire	71,6	60,0
4. Oraș	73,3	81,5
5. Zău	71,7	56,9
6. Lume	76,6	64,6
7. Sport	53,3	60,0
8. Obște	55,0	75,3
9. Limba	88,2	78,4
10. Zodie	61,6	49,2
11. Gînd	61,6	64,6
12. Dor	68,3	55,3
13. Lupta	75,0	70,7

Deosebit de utilă pentru tehnica chestionarului ni se pare stabilirea *axei semnificative* a fiecărui termen (ierarhia „înțelesurilor" fiecărui termen). Astfel, pentru cuvîntul „iubire", explicat în Dicționarul limbii române contemporane: „1. Faptul de a iubi; sentiment de natură erotică pentru o persoană de sex opus; dragoste (amor). 2. Sentiment puternic de simpatie și de afecțiune pentru cineva; dragoste", în anchetă s-au atribuit următoarele sensuri:

[49] ION OPREȘCU, *Repere etnosemantice într-o cercetare concretă de antropologie cultural — lingvistică*, în „Varia anthropologica", nr. 3, 1973 p. 78.

Iubire	*Capacitate de explicitare*	
	Mediul urban	*Mediul rural*
	%	%
Faptul de a iubi, afecțiune pentru cineva	72,1	61,5
O legătură, o relație fără a se preciza natura ei	13,9	5,1
Mod de comportare în societate	13,9	30,7
Divertisment	—	2,5

De asemenea, cuvîntul „lume", căruia îi corespunde în Dicționarul limbii române contemporane trei sensuri: „1. Totalitatea celor existente în realitate; univers; cosmos; 2. Ansamblul corpurilor cerești. 3. Pămîntul cu întreaga lui viață", în ancheta *Centrului de cercetări antropologice*, a dezvăluit un număr dublu de sensuri:

Lume	*Capacitate de explicitare*	
	Mediul urban	*Mediul rural*
	%	%
Cosmos	6,5	2,3
Glob	39,1	12,0
Populație	41,3	40,5
Grup	13,0	26,2
Sat	—	9,5
Locuri îndepărtate, mediu, divertisment	—	9,4

În lumina unor astfel de cercetări, întrebarea „Ce iubești mai mult pe lume?" poate semnifica: „Cu cine ai relații în sat?", „Cum te comporți în cadrul grupului", „Ce locuri îți plac?" ș.a.m.d.

Cuvintele cu dublu sens dau naştere unor distorsiuni evidente. Albert B. Blankenship relatează, în legătură cu cercetările de dinaintea celui de-al doilea război mondial, că s-au înregistrat răspunsuri diferite, după cum termenul de „propagandă" era înţeles ca modalitate de „influenţare" sau „furnizare de ştiri false". Se ştie, că, încă de la atestarea lui documentară (în anul 1622, papa Grigor al XV-lea dă proclamaţia: „Congregatio de propaganda fide") termenul de propagandă păstrează ambele sensuri.

A) „Care ţări fac mai multă propagandă în S.U.A.: Anglia şi Franţa sau Germania?"

B) „Care ţări transmit ştiri false în S.U.A.: Anglia şi Franţa sau Germania?"

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Anglia şi Franţa	23%	10%
Germania	28%	33%
La fel	30%	38%
Nu ştiu	18%	18%

Cercetări minuţioase au evidenţiat faptul că o serie de cuvinte au o puternică rezonanţă afectivă în formularea întrebărilor; aceste cuvinte trebuie evitate. D. A. Hartmann (Universitatea New York) atrage atenţia asupra încărcăturii afective a termenilor: comunism şi radicalism. S-au publicat liste de cuvinte care influenţează răspunsurile prin sentimentele ce le declanşează: demagog, dictatură, străin etc. *(Institute for Proganada Analysis* — New York).

Hadley Cantril arată că introducerea numelui lui Hitler în contextul întrebării, prin reacţia afectiv-negativă ce o declanşează, modifică răspunsurile cu 9%.

A) „Credeţi că S.U.A. ar trebui să sprijine Anglia şi Franţa mai mult ca pînă acum?".

B) „Credeţi că S.U.A. ar trebui să sprijine Anglia şi Franţa în lupta lor contra lui Hitler mai mult ca pînă acum?"

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Da	66%	75%
Nu	22%	13%
Fără opinie	12%	12%

Introducerea în chestionar a numelor de oameni politici influenţează totdeauna — negativ sau pozitiv — pe cei ce răspund şi prin aceasta dau naştere unor erori de interpretare a rezultatelor investigaţiei. Prestigiul preşedintelui Roosevelt a provocat, în cercetările devenite clasice la care ne-am referit, o deviere cu 11% a răspunsurilor.

A) „Părerea dv. personală este că preşedintele Roosevelt, în sprijinirea Angliei, a mers prea departe sau prea puţin?"

B) „Părerea dv. personală este că S.U.A., în sprijinirea Angliei a mers prea departe sau prea puţin?"

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Prea departe	20%	15%
Aproximativ drept	57%	46%
Prea puţin	17%	32%
Fără opinie	6%	7%

Un alt exemplu, în care numele politicianului Lindberghs — conducătorul curentului izolaţionist din S.U.A. în preajma celui de-al doilea război mondial — acţionează afectogen negativ asupra persoanelor cuprinse în anchetă:

A) „Lindberghs spune că S.U.A. trebuie să încerce să aibă relaţii prieteneşti şi raporturi politice cu Germa-

nia, dacă Germania cîştigă războiul din Europa. Sînteţi de acord sau împotrivă?"

B) „Se spune că S.U.A. trebuie să încerce să aibă relaţii prieteneşti şi raporturi politice cu Germania, dacă Germania cîştigă războiul în Europa. Sînteţi de acord sau împotrivă?"

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
De acord	46%	57%
Nu sînt de acord	41%	25%
Nu ştiu	13%	18%

Stereotipia, ca judecată evaluativă faţă de o persoană, un obiect sau un concept, în afara unei experienţe directe — aşa cum remarca Yvon Castellan — se concretizează într-un adjectiv: sincer, util, leneş, rău etc., şi constituie o imagine acceptată fără reflexie de către o persoană sau de către un grup, influenţînd rezultatele anchetelor. În formularea întrebărilor se vor evita stereotipiile, întrucît acestea, ca fenotip al atitudinilor, au valoare afectogenă. Într-o cercetare, răspunsurile au fost modificate cu 7% în cazul folosirii stereotipiei: „a intra în război":

A) „Credeţi că armata şi flota S.U.A. ar trebui trimise să sprijine Canada, dacă vreo putere europeană o va ataca?"

B) „Credeţi că S.U.A. ar trebui să intre în război, dacă Canada va fi atacată de vreo putere europeană?"

Răspunsuri	*Forma A*	*Forma B*
Da	71%	64%
Nu	23%	29%
Nu ştiu	6%	7%

În practica chestionarului, deşi contraindicat, se pot întîlni numeroase cuvinte ambigue: mult, puţin, potrivit,

înainte, acum, actual, cît, cum, cînd, a cunoaşte, a putea etc.

Într-un sondaj de opinie, după ce erau prezentate o serie de propoziţii, subiecţii erau întrebaţi: „Cu care dintre aceste păreri sînteţi de acord în cea mai mare măsură?". Introducerea precizării „în cea mai mare măsură", este ambiguă: ea poate fi înţeleasă ca „de acord, cu unele rezerve" dar şi ca „de acord, fără nici o rezervă", adică „de acord, în cel mai înalt grad".

Pentru unii, a citi mult înseamnă a citi zilnic ziarul, pentru alţii, a citi săptămînal un roman. Ce interpretare se poate da răspunsului pozitiv la întrebarea: „Citiţi mult?" Nici una. Şi totuşi, uzual se foloseşte scalarea răspunsurilor: foarte mult, mult, potrivit, puţin, foarte puţin. Într-o cercetare personală, pentru a mări gradul de precizie întrebăm: „Cît reprezintă pentru dv. „foarte mult" (în procente)? Dar „foarte puţin" ş.a.m.d.

Conducînd seminarul de *Metode şi tehnici de cercetare sociologică* (1973) la secţia de sociologie a Universităţii din Bucureşti, am făcut următorul experiment: unui număr de 20 de studenţi am prezentat o serie de figuri, între care şi iluziile *Lipps* (Fig. 25) şi *Müller-Lyer*. La întrebarea ambiguu formulată: „*Cum* sînt segmentele de dreaptă prezentate?" s-a obţinut următoarea frecvenţă a răspunsurilor:

Segmentele de dreaptă sînt :

Iluzia Lipps :	— paralele	9
	— frînte	9
	— negre	2

Segmentele de dreaptă sînt :

Iluzia Müller-Lyer :	— inegale	12
	— verticale	4
	— paralele	11
	— egale	1

În cazul iluziei *Lipps*, segmentele de dreaptă erau şi paralele şi frînte şi de culoare neagră. Limitînd libertatea studenţilor la un singur răspuns, aceştia au ales criterii de referinţă diferite. Diversitatea criteriilor de referinţă a răspunsurilor la întrebările introduse prin adverbul *cum* a fost pusă în evidenţă şi în cazul iluziei *Müller-*

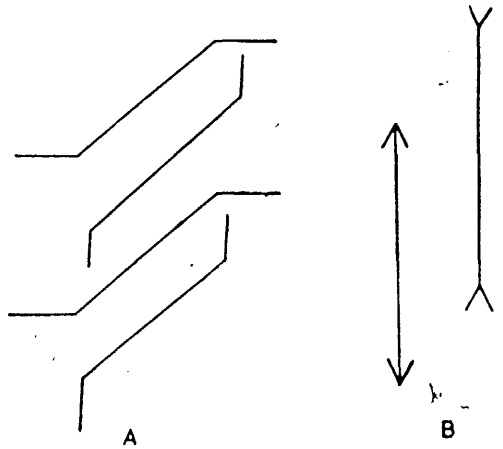


Fig. 25: A. Iluzia Lipps; B. Iluzia Müller-Lyer.

Lyer, cînd studenții aveau libertatea de a formula nu unul, ci mai multe răspunsuri.

Întrebărilor introduse prin adverbul *cînd* le corespund răspunsuri foarte variate:

„Cînd mergeți la cinematograf?"

— „Seara",
— „Joi",
— „De la 5 la 7",
— „Cînd am timp",
— „Cînd doresc".

La fel cele introduse prin adverbul de loc „unde"?

„Unde vă veți petrece concediul de odihnă?"
— „La Sinaia",
— „La stațiunea de odihnă",
— „La părinți",

Perioada „actuală" poate desemna timpul scurs în ultimele două-trei zile, dar și în ultimii doi-trei ani. Cineva „cunoaște" mașina de scris, fiind capabil să o distingă de o batoză; altcineva consideră însă că nu o cunoaște, deși a început să bată cu un deget la ea: a cunoaște mașina de scris însemnînd pentru el a poseda scrierea oarbă.

ANDRIEȘ C. LUCIAN
Nr 2698
Biblioteca Personală

„A putea" înseamnă a fi în stare, a avea capacitatea, dar a și avea permisiunea.

Lista cuvintelor ambigue este mult mai mare; n-am atras decît atenția asupra problemei, astfel încît sporind exigența tehnică a formulărilor să dispară întrebările de genul: „Ce faceți acum"? și implicit declarații ca: „Răspund la un chestionar neinteligent!"

CONSIDERAȚII FINALE

Dacă este adevărat că, în investigarea fenomenelor sociale, chestionarul nu reprezintă tehnica principală, tot atît de adevărat este și faptul că el nu constituie o tehnică de rangul doi.

Metodologic este inconsistentă considerarea chestionarului ca o tehnică subiectivă, mai puțin exactă și mai comod de aplicat.

Chestionarul este la fel de dificil de utilizat în cercetarea științifică a fenomenelor sociale ca și celelalte tehnici: observația, experimentul, analiza de conținut etc. Impresia de facilitate provine din ignorarea exigențelor metodologice.

Folosit cu rigurozitate științifică și în spiritul deontologiei profesionale de către specialiști, chestionarul este indispensabil pentru cunoașterea fenomenelor de conștiință, constituite și mijlocite de limbaj (cunoștințe, opinii, credințe etc.).

Cunoscîndu-i-se limitele teoretice și tehnice în investigarea fenomenelor sociale, chestionarul reprezintă un instrument prețios pentru cunoașterea și implicit pentru organizarea și conducerea științifică a colectivităților umane.

BIBLIOTECA DE ȘTIINȚE SOCIALE

CUPRINSUL

Cuvînt înainte 5

CAPITOLUL I

Investigarea fenomenelor sociale (Scurt istoric) 7

CAPITOLUL II

Probleme ale investigării fenomenelor sociale 27

1. Sondaj, anchetă, investigație 27
2. Etapele investigației sociologice 33
3. Planificarea unei investigații sociologice prin metoda „drumului critic" 130

CAPITOLUL III

Chestionarul ca instrument de investigare sociologică . . . 137

1. Geneza chestionarului ca instrument de investigare sociologică 137
2. Definiția chestionarului sociologic 140
3. Clasificarea chestionarelor 143
4. Structura chestionarului 187
5. Formularea întrebărilor 201

Considerații finale 227

ANDRIEȘ C. LUCIAN
Nr 2698
Biblioteca Personală